

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
DANIEL DA SILVA PAIXÃO

**POTENCIALIDADES DO VÍDEO POSTÊR NO CANAL DO YOUTUBE™: ESTUDO
MULTICASO NA ÓTICA DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

CURITIBA
2016

DANIEL DA SILVA PAIXÃO

**POTENCIALIDADES DO VÍDEO POSTÊR NO CANAL DO YOUTUBE™: ESTUDO
MULTICASO NA ÓTICA DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à disciplina de Pesquisa em Informação do
Curso de Gestão da Informação do
Departamento de Ciência e Gestão da
Informação do Setor de Ciências Sociais
Aplicadas da Universidade Federal do Paraná

Orientador: Prof.º Celso Yoshikazu Ishida,
Dr.º

Co-orientadora: Prof.ª Maria do Carmo Duarte
Freitas, Dr.ª Eng.ª

CURITIBA

2016

Dedico este trabalho à Deus pelo fôlego de vida concedido, a minha Esposa, aos Familiares, Professores, Amigos pela força e luz transmitida e por sempre acreditarem em mim.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, primeiramente, por sua bondade, misericórdia, amparo nos momentos difíceis, me da força interior para superar as dificuldades, mostrar os caminhos nas horas incertas, suprir todas minhas necessidades e por me cercar de pessoas esplendidas em diversos ambientes.

Agradeço aos meus professores: Orientador e Co-orientadora, Celso Yoshikazu Ishida e Maria do Carmo Duarte Freitas, pela orientação, pelas discursões, sobretudo pela paciência, sutilezas durante o trabalho, pelo apoio demonstrado durante a graduação, principalmente pela grande ajuda ao me ensinar a solucionar os problemas profissionais e pessoais que surgiram ao longo deste trabalho, por quem tenho muita admiração e respeito.

A mestranda Livia Regina Nogueira dos Santos, pelo apoio, ensino e lições. Pude aprender bastante com suas experiências interpessoais.

Aos meus pais, Aparecida Silva Paixão e Diran Silva Paixão, aos meus irmãos Dhon Dewisson Silva Paixão, Dayrane Silva Paixão, Sandy Silva Paixão, Joanna Silva Paixão e Diran Oliveira Paixão Filho, pelo amor, apoio, educação e valores que me foram passados durante a minha vida.

A galera do grupo de pesquisa em informação tecnologia o GP-CIT, pelo apoio, ajuda e incentivo.

Aos amigos e companheiros do Centro Acadêmico de Gestão da Informação (CAGI) pela experiência e por fazer persistir em meus ideais.

Aos meus amigos e familiares cujos nomes, para não correr o risco de esquecer algum, não citarei, agradeço por terem moldado, minha personalidade e valores.

A minha esposa Taiane Souza Paixão pela compreensão, carinho e amor fazendo da minha vida tão mais divertida, animada e cheia de luz.

Um agradecimento especial aos meus irmãos religiosos e amigos Felipe Nunes Flores, Felipe Comunello, Gustavo Zanetti, Gilberto Dallagranna, Rafaela Wille Aguiar, Paulo da Conceição Moreira, André Zanni, Willian Deda, Mateus Luciani e Luci Hervis, pelo convívio e incentivo.

E Finalmente, mas não menos importante a UFPR e o CNPQ pelo fomento e apoio ao meu desenvolvimento profissional.

“O que sabemos é uma gota; o que ignoramos é um oceano...”

(Isaac Newton)

RESUMO

A internet consolidou-se como ferramenta de intercâmbio de informações, sendo utilizadas pela sociedade, participando como fonte de comunicação seja para relações comerciais, científicas, educacionais ou pessoais. A divulgação em mídia dinâmica traz ainda o conceito de vídeo pôster que visa o tratamento e visualização científica possibilitando explorar como os pesquisadores estão recuperando os vídeos. Neste cenário dados e informações podem ser discutidos graficamente, tendo em vista obter compreensão e *insight* para novas pesquisas. O objetivo deste estudo é investigar o ciclo de vida do vídeo pôster no canal do YouTube™. Realizou-se, uma revisão bibliográfica e análise documental utilizando técnicas qualitativas para fundamentação do estudo de multi caso sobre os eventos científicos específicos denominados Encontro Latino-americano de Edificações e Comunidades Sustentáveis – ELECS e a Primeira conferência da série *International Sustainable Built Environment Conference Series – SBE*, buscando a organização dos vídeos segundo a concepção dos eventos através da inserção de metadados no canal e por fim a divulgação nas mídias sociais com estratégias de acompanhamento das visitas e interação com os vídeos. Através de análises dos eventos ELECS2013 e SBE16 BRASIL & PORTUGAL, o estudo evidenciou um potencial de crescimento promissor na comunicação científica utilizando vídeo pôster, mostrou vantagens e desvantagens de plataformas/repositórios de vídeos, com os dados obtidos nos canais dos eventos científicos no YouTube™ apresentaram-se evidências quanto à importância de promover e disseminar as informações científicas por meio de vídeo pôster.

Palavras chave: Evento Científico, Produto de informação, Repositório de vídeo, Vídeo pôster;

ABSTRACT

The internet has established itself as a tool for exchanging information, being used by society, attending as a source of communication for trade relations, scientific, educational or personal. The disclosure in dynamic media also brings the concept of poster video that focuses on the treatment and scientific visualization allowing to explore how researchers are retrieving the video. In this scenario, data and information may be discussed graphically, in order to obtain an understanding and insight for further research. The objective of this study is to investigate the life cycle of the video poster on channel of YouTube™. We performed a literature review and documentary analysis using techniques qualitative for reasoning of the multi case study on the scientific events specific to named Latin American Meeting of buildings and Sustainable Communities - ELECS and the first conference of the series International Sustainable Built Environment Conference Series - SBE, seeking the organization of the videos according to the conception of the events through the insertion of metadata in the channel and finally the dissemination in social media with strategies for monitoring visits and interaction with the videos. Through analysis of the events ELECS2013 and SBE16 BRAZIL & PORTUGAL, the study showed a growth potential of promising in scientific communication using video poster, showed advantages and disadvantages of platforms/repositories of videos, with the data obtained in the channels of scientific events on YouTube™ presented evidence on the importance of promoting and disseminating scientific information through video poster.

Key-words: Scientific event, Information product, Repository of video, Video Post ;

RESUMEN

Internet se ha consolidado como una herramienta para el intercambio de información, utilizado por la sociedad, asistir como fuente de comunicación para las relaciones comerciales, científicas, educacionales o personales. La divulgación en medios dinámicos también aporta el concepto de cartel video que se centra en el tratamiento y la visualización científica permitiendo explorar cómo los investigadores están recuperando el vídeo. En este escenario, datos e información pueden ser discutidos gráficamente, con el fin de obtener una comprensión y conocimientos para futuras investigaciones. El objetivo de este estudio es investigar el ciclo de vida del póster de video en el canal de YouTube™. Se realizó una revisión bibliográfica y documental análisis utilizando técnicas cualitativas para el razonamiento del multi caso de estudio sobre los eventos científicos específicos denominado Encuentro Latinoamericano de edificios y comunidades sustentables ELECS - y la primera conferencia de la serie internacional sostenible entorno integrado de la serie de conferencias - SBE, buscando la organización de los vídeos según la concepción de los acontecimientos a través de la inserción de metadatos en el canal y finalmente la difusión en los medios de comunicación social con estrategias para visitas de supervisión y la interacción con los vídeos. A través del análisis de los acontecimientos ELECS2013 y SBE16 Brasil y Portugal, el estudio mostró un crecimiento potencial del prometedor en la comunicación científica mediante vídeo póster, mostró las ventajas y desventajas de plataformas y repositorios de vídeos, con los datos obtenidos en los canales de eventos científicos en YouTube™ presentó pruebas sobre la importancia de la promoción y difusión de la información científica a través de vídeos de póster.

Palabras Clave: Acontecimiento científico, Información sobre productos, Repositorio de video, Video póster;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1- HOMEM X COMUNICACAO	14
FIGURA 2- PENETRAÇÃO DE VÍDEO DIGITAL PELA GERAÇÃO MILLENNIAL ...	15
FIGURA 3- HOMEM X COMUNICACAO	19
FIGURA 4- CICLO DE VIDA DA INFORMAÇÃO	20
FIGURA 5- CICLO DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO	21
FIGURA 6- MODELO DE GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO UNIFICADO.....	23
FIGURA 7- MAPA MENTAL DO MODELO DE GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÃO UNIFICADO PROPOSTO	24
FIGURA 8- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA DADOS BÁSICOS DE VIDEO.....	31
FIGURA 9- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA TRADUÇÕES DE VIDEO.....	31
FIGURA 10- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA CONFIGURAÇÕES AVANÇADA DE VIDEO	32
FIGURA 11- FLUXOGRAMAS DE EVENTO CIENTÍFICO TRADICIONAL	46
FIGURA 12- FLUXOGRAMAS DE EVENTO CIENTÍFICO INOVADOR	47
FIGURA 13- CANAL DO ELECS2013 NO YOUTUBE™	49
FIGURA 14- <i>SITE</i> DO RECIF.....	50
FIGURA 15- 2014 – MAPA COM OS ACESSOS Á PLATAFORMA RECIF.....	51
FIGURA 16- 2016 - MAPA COM OS ACESSOS Á PLATAFORMA RECIF	51
FIGURA 17- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFEÇÃO DOS VÍDEOS	52
FIGURA 18- LOCAIS, GÊNERO QUE MAIS ACESSOU, ORIGENS DE TRÁFEGO PARA EXIBIÇÃO E LOCAIS DE REPRODUÇÃO DOS VÍDEOS DO CANAL DO ELECS2013.....	53
FIGURA 19- VÍDEOS MAIS VISTOS NO CANAL DO ELECS2013 E TEMPO DE VÍDEOS EM MINUTOS	54
FIGURA 20- PORTAL SBE16 BRASIL & PORTUGAL	55
FIGURA 21- CANAL DO SBE NO YOUTUBE™	56
FIGURA 22- TEMPO DE EXIBIÇÃO E VISUALIZAÇÕES DOS VÍDEOS NO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL	59
FIGURA 23- LOCAIS MAIS ACESSADOS, GÊNERO QUE MAIS ACESSOU, ORIGENS DE TRÁFEGO PARA EXIBIÇÃO E LOCAIS DE REPRODUÇÃO DOS VÍDEOS DO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL	59

FIGURA 24- VÍDEOS MAIS VISTOS NO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL E TEMPO DE VÍDEOS EM MINUTOS.....	60
FIGURA 25- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA DADOS BÁSICOS DE VÍDEO.....	64
FIGURA 26- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA TRADUÇÕES DE VIDEO.....	65
FIGURA 27- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA CONFIGURAÇÕES AVANÇADAS DE VIDEO.....	66
FIGURA 28- MOTOR DE BUSCA DENTRO DO CANAL ELECS, ANTES DE EFETUAR CLICK.....	67
FIGURA 29- MOTOR DE BUSCA DENTRO DO CANAL ELECS, DEPOIS DE EFETUAR CLICK.....	67

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1- DIFERENÇAS ENTRE DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO	18
QUADRO 2- ETAPAS QUE COMPÕEM OS MODELOS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO	22
QUADRO 3- PRINCIPAIS REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DISPONÍVEIS NA INTERNET SUAS VANTAGENS E DESVANTAGENS	27
QUADRO 4- REPOSITÓRIO DE OBJETO DE APRENDIZAGEM	29
QUADRO 5- METADADOS DE RECUPERAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE FILMES DE ANIMAÇÃO	30
QUADRO 6- COMPARAÇÃO DOS METADADOS PROPOSTOS POR FERLIN, SANTOS; FREITAS; BELLI, e YOUTUBE™	33
QUADRO 7- TIPO DE EVENTOS CIENTÍFICOS	36
QUADRO 8- CONCEITUAL SOBRE PRODUTO DE INFORMAÇÃO	38
QUADRO 9- PRODUTOS DE INFORMAÇÃO E PRODUTOS INFORMACIONAIS	39
QUADRO 10- ESTRATEGIA BIBLIOGRÁFICA ADOTADA NA PESQUISA	44
QUADRO 11- TOP 5 PAÍSES VISITANTES AO RECIF	50
QUADRO 12- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFECÇÃO DOS VÍDEOS	52
QUADRO 13- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFECÇÃO DOS VÍDEOS DO SBE	16
.....	58
QUADRO 14 –CICLO DE VIDA NO VIDEO NA PLATAFORMA DO YOUTUBE™	67

LISTA DE SIGLAS

ELECS - Encontro Latino-americano de Edificações e Comunidades Sustentáveis.

SBE - Primeira conferência da série *International Sustainable Built Environment Conference Series*.

GI - Gestão da Informação.

GP - CIT- Grupo em Pesquisa Ciência da Informação e Tecnologia.

RI - Recuperação da informação.

REA – Recurso Educacional Aberto.

LTSC - *Learning Technology Standards Committee*.

IEEE - *Institute of Electrical and Electronics Engineers*.

LOM - *Learning Object Metadata*.

DCMI -*Dublin Core Metadata Initiative*.

ROA - Repositório de Objeto de Aprendizagem

SUMÁRIO

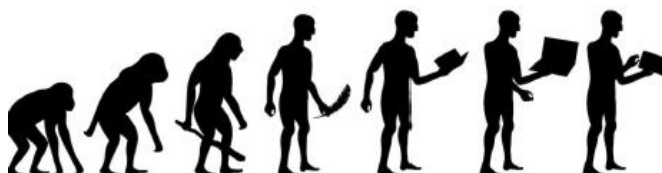
1 INTRODUÇÃO	14
2. O VIDEO COMO PRODUTO DE INFORMAÇÃO	18
2.1 Informação	18
2.1.1 CICLO DE VIDA DA INFORMAÇÃO	19
2.1.2 MODELOS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO	21
2.1.3 REPOSITÓRIOS E TECNOLOGIAS DE VÍDEO	25
2.1.4 REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO - METADADOS	29
2.1.5 ARMAZENAMENTO E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO	34
2.2 Evento Científico	35
2.3 PRODUTO DE INFORMAÇÃO EM EVENTO CIENTÍFICO.....	37
3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	40
3.1 Caracterização da pesquisa	41
3.2 Fase da Pesquisa	42
4 RESULTADOS E POTENCIALIDADES DO VÍDEO POSTER - ESTUDO MULTICASO	46
4.1 Encontro Latinoamericano de Edificações e Comunidades Sustentáveis - ELECS2013	48
4.1.1 REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DO ELECS2013.....	48
4.1.2 ANÁLISE E PROGRESSÃO DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL YOUTUBE™ DO ELECS2013	52
4.2 International Sustainable Built Environment Conference Series - SBE16 Brasil & Portugal	55
4.2.1 REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL	55
4.2.2 ANÁLISE E PROGRESSÃO DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL YOUTUBE™ DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL	57
4.3 Avaliação dos Resultados e Necessidades identificadas	61
4.3.1 ROTEIRO PARA CRIAÇÃO DO CANAL NO YOUTUBE™	61
4.3.2 ROTEIRO PARA PREENCHIMENTO FORMULARIO E METADADOS DE VÍDEO CIENTIFICO NO CANAL DO YOUTUBE™	63
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	69
5.2 Resultados frente aos objetivos	69
5.2 Sugestões de trabalhos futuros.....	70
5.3 Perspectiva de atuação do Gestor da informação na temática de estudo..	71
REFERÊNCIAS.....	72
APÊNDICES	76
ANEXOS	76

1 INTRODUÇÃO

A quantidade de dados e informações disponíveis na internet para acesso diariamente, a facilidade para acessar, disponibilizar, recuperar informações e a dinâmica com que as informações se modificam, fazem da internet uma ferramenta indispensável para tomada de decisões mais ágeis. O ser humano moderno encontra-se cada vez mais conectado a grandes quantidades de informações em espaços cada vez menores de tempo e, na sua ânsia por absorvê-las, normalmente falha, não consegue organizá-las e acaba por ser absorvido pelo excesso, ocasionando assim, muita ansiedade (BARABANI, 2003). A rede de computadores *web* é considerada uma fonte valiosa de dados e informações que contribui com seus recursos desde pesquisas de alta tecnologia até pesquisas de estudantes da educação básica. Segundo o pensamento de (WURMAN, 1991), a ansiedade de informação é o resultado da distância cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender.

A internet possibilita a interação e criação de diversas formas de produção como, imagens, multimídia, músicas, fotos, texto, vídeo etc. Ela chega a usuários e os cerca num espaço informacional com diversos fins: estudar, pesquisar, trabalhar e diversos outros. Ela tem quebrado paradigmas e acelerado o mundo do trabalho e a forma de como vivermos em sociedade. A internet das coisas tem facilitado a conexão entre as pessoas quer seja utilizando computadores, *smartphones* ou *tablets* (FIGURA 1).

FIGURA 1- HOMEM X COMUNICACAO



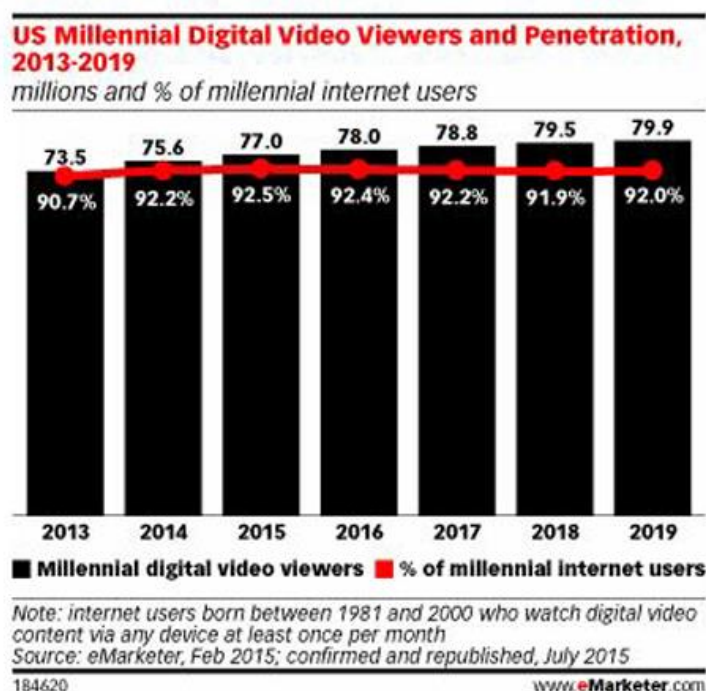
Fonte: Activate, Goolge España 2016

O desenvolvimento de novos produtos de base tecnológica tem alterado o consumo de produto e/ou conteúdo *online*, *off-line* e *smartphones* no mundo. Este último ganha importância e tem impactado o consumidor que cada vez mais jovem tem obtido acesso as coisas e tem também os seus padrões e desejos de consumo.

Em especial, cresceu o consumo de vídeo online a projeção mundial para 2017 que é de 81% do total de usuários de internet no mundo acessem ao serviço de *streaming* e descargas de vídeos, o Emarketer (2015) estima que esse tráfego represente 80% do que circula na Internet. A plataforma líder de audiência é o YouTube™ com 69%, cerca de 300 horas de vídeo por minutos sobe a essa plataforma (FIGURA 2).

Esses fatos despertam para a mudança de perfil os antes denominados “nativos digitais” se transformam em “*millennials*”. Surge uma geração que faz uso da tecnologia de maneira mais ágil como se ela já fizesse parte de seu próprio corpo. O formato mais utilizado na aprendizagem será a audiovisual. Esse requer cuidados no momento de elaboração dos conteúdos informacionais, conhecimentos das teorias e estilos de aprendizagem, ergonomia da informação entre outros.

FIGURA 2- PENETRAÇÃO DE VÍDEO DIGITAL PELA GERAÇÃO MILLENNIAL



Fonte: eMarketer 2015

No campo da ciência, a transformação do conhecimento, exigida no incremento de inovações tecnológicas nas investigações e desenvolvimento de novos produtos de base tecnológica, clama por mudanças nos formatos dos eventos científicos e nos produtos gerados nos mesmos, como por exemplo, os vídeos. Segundo o pensamento de (FREITAS, SCHMID e TAVARES, 2014), aproveitar as

oportunidades, decorrentes da expansão das tecnologias aplicada à confecção de vídeo vai propiciar aos pesquisadores e seus grupos visibilidade sobre seus projetos junto à comunidade externa. No entanto, a aceitação desta inovação é alvo de debates, pois pesquisadores que participaram do Encontro Latino-Americano sobre Edificações e Comunidades Sustentáveis (ELECS 2013) do e que afirmam ser complexa sua elaboração.

O ELECS 2013 trouxe como proposta de inovação um produto informacional denominado – vídeo pôster (FREITAS, SCHMID e TAVARES, 2014). Antes, durante e depois de ocorrido o evento houve várias discussões sobre a base teórica desse produto sobre a ótica da ciência da informação. Embora tudo esteja num canal do YouTube™ observa-se dificuldades na sua recuperação.

O trabalho que se segue apresenta o problema da pesquisa é: Como facilitar a representação e a recuperação de vídeos pôsteres na plataforma YouTube™?

Diante deste contexto a presente pesquisa tem como objetivo geral – investigar o ciclo de vida do vídeo pôster no canal do YouTube™. Tendo como objetivos específicos:

- investigar a existência de um padrão do ciclo de vida da informação aplicada a evento científico;
- mapear vantagens e desvantagens das plataformas/repositórios de vídeos;
- compreender tipos, funcionamento e produtos resultantes de um evento científico;
- analisar o fluxo da informação dentro de um canal do YouTube™ e suas potencialidades para recuperação da informação – analisando os metadados.

O trabalho em questão analisará a literatura pertinente sobre produto de informação derivados dos eventos científicos – atas, livros, *cd rom*, pastas, anotações, folhetos, cartazes, com ênfase no pôster e vídeo pôster.

Qingson (2012) apresenta as tecnologias multimídia como uma ferramenta de apoio ao educador/pesquisador aproximando-o do contexto do aluno/sociedade que cada vez mais interage com os meios de comunicação. A multimídia é uma coleção de textos, gráficos, animação, vídeo, som, efeitos especiais, etc. E proporciona uma imaginação infinita, não só muda a forma de aprendizado e compreensão, mas

também mudou a forma de entrega da informação. Apoiada em Qingson (2012), a pesquisa quer ressaltar ainda as características obtidas no vídeo pôster:

- Integração: a tecnologia multimídia não é a sobreposição de sistemas de símbolos, mas a integração total.
- Características não lineares: a estrutura de leitura e escrita das pessoas geralmente é capítulos, seções, páginas já com o uso da tecnologia multimídia a estrutura é *links*, hipertexto isso de uma forma mais flexível e mutável para o leitor.
- Tempo real: o áudio, vídeo, animação e a multimídia estão intimamente ligados ao tempo, e o processo de integração de sua apresentação e interatividade é em tempo real. Quando um conteúdo é exibido, a sua informação audiovisual é síncrona.
- Capacidade de editar: a informação digital é fácil de copiar e modificar, incluindo o áudio (linguagem, som), gráficos (estático e dinâmico), texto e assim por diante, o que pode ser editado de forma flexível por meio da compressão digital.
- Facilidade de uso da informação: os usuários podem usar as informações de acordo com suas próprias necessidades, interesses, exigências das tarefas, preferências e características cognitivas, e ter gráficos, texto, áudio e outras formas de informação.

E por fim, uma vez reunido em uma plataforma multimídia tem-se como suporte as funções de captura, armazenamento, recuperação e apresentação. Podendo ainda ter as funções de transferência e seções de grupo com a incorporação de um sistema de multimídia distribuída.

Com a expansão do tema e a escassez de pesquisas relacionadas a vídeo pôster – fato que motiva esta investigação faz desta pesquisa algo promissor na área de gestão da informação. Cada vez mais o profissional de gestão da informação tem que estar antenado e preparado para novos desafios. Compreender que as informações subsidiam o dia a dia organizacional, acadêmico e científico, exigindo um profissional da informação mais efetivo em sintonia com os recursos ofertados a ele.

2. O VIDEO COMO PRODUTO DE INFORMAÇÃO

A proposta da fundamentação é promover o entendimento entre os conceitos teóricos que permitirão um aprofundamento na área temática de produto de informação e o vídeo como um fenômeno em expansão capaz de contribuir na divulgação e compreensão das informações originaria de pesquisas científicas.

2.1 Informação

Parte-se da ideia que todos os eventos, organizações, objetos e tudo que existe no mundo geram informações. O (QUADRO 1) apresenta o que esta pesquisa entende por dado, informação e conhecimento (Sordi, 2008), a qualidade na origem do dado é que garantirá sua utilização e reutilização (Beal, 2008) no processo de transformações até geração do conhecimento.

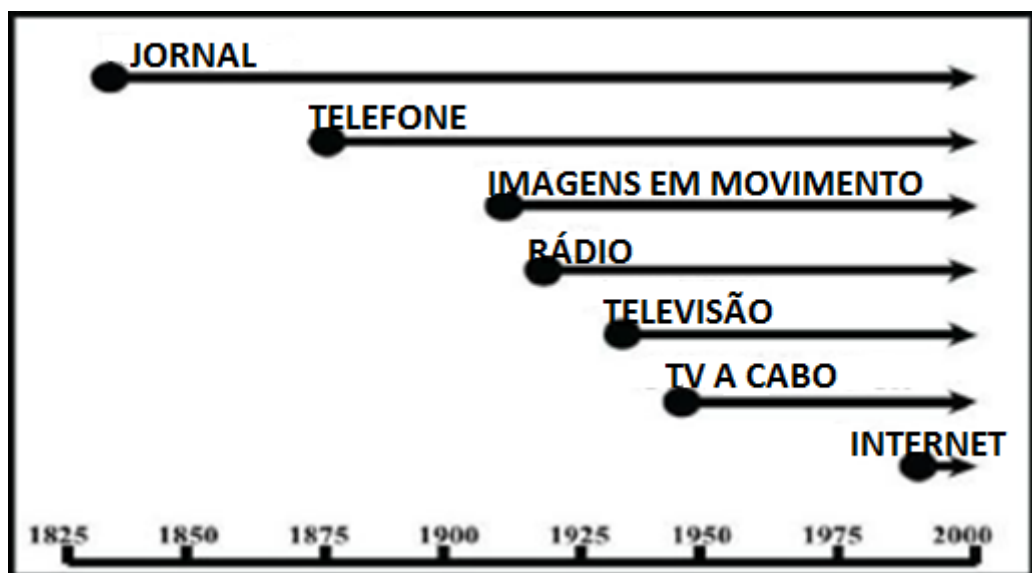
QUADRO 1- DIFERENÇAS ENTRE DADOS, INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO

Características	Dados	Informação	Conhecimento
Estruturação captura e transferência	Fácil	Difícil	Extremamente difícil
Requisito na sua geração	Observação	Interpretação	Análise e reflexão
Natureza	Explícita	Predomina explícita	Predomina tácita
Percepção de valor no contexto administrativo	Baixa	Média	Grande
Foco	Operação	Controle e gerenciamento	Inovação e liderança
Abordagens administrativas que os promovem	Execução de transações de negócios, processamento de dados	Gerenciamento de sistemas de informação	Gerenciamento do conhecimento (KM), aprendizagem organizacional
Tecnologias que os promovem	Sistemas de processamento de dados (EDP, batch, OLTP) e transações via Internet (b2b, b2c, etc.).	Sistemas de informação gerenciais (MIS), sistemas analíticos (OLAP, análise multidimensional), sistemas de suporte a decisão (DSS), e sistema de informação executiva (EIS).	<i>Data mining, text mining, natural language processing systems</i> , sistemas especialistas, sistemas de inteligência artificial

Fonte: Sordi (2008, p. 14)

Todo processo requer que exista o desejo de alguém de fazer uso dos dados, das informações e a análise para uma posterior comunicação. Na (FIGURA 3), tem-se uma linha do tempo de como a comunicação tem mudado a forma de transmissão da informação. Esta evolução promove a criação de novos e diferentes equipamentos, produtos e conteúdo (NEUMAN, 2013).

FIGURA 3- HOMEM X COMUNICACAO



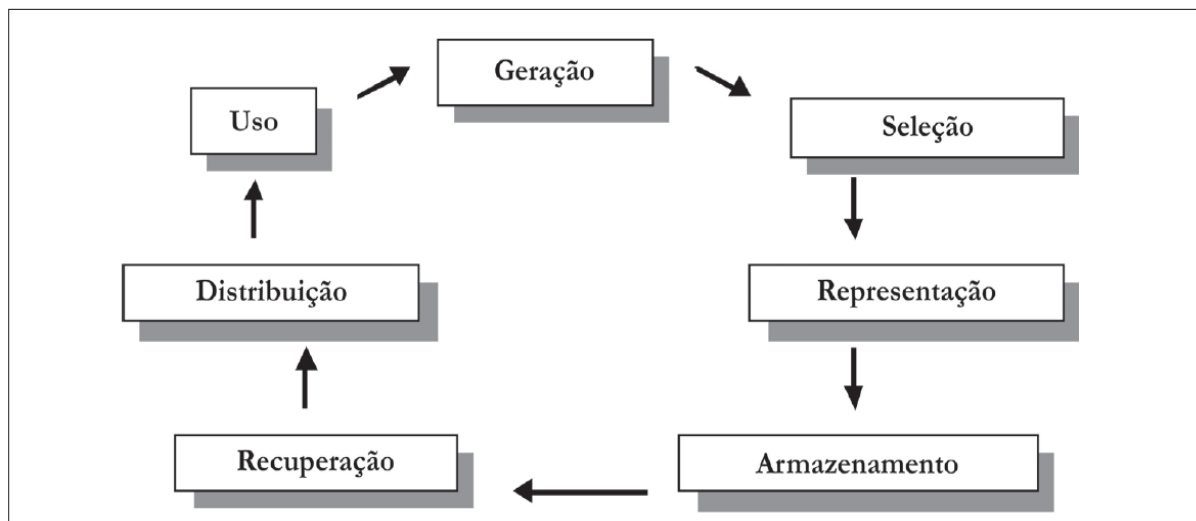
Fonte: Adaptado de Neuman, 2013.

A medida que os dados se transformam em informação, e as informações são buscadas para serem utilizadas, inicia-se o ciclo de vida da informação.

2.1.1 CICLO DE VIDA DA INFORMAÇÃO

A demanda de uma informação por uma determinada pessoa é o primeiro estágio do termo "ciclo de vida da informação" (CVI). E ainda a identificação de um problema que requer uma análise de conteúdo ou reunião de inúmeros dados para serem analisados (FANTINI, 2001). Na (FIGURA 4), Ponjuán Dante (1998) sintetiza de maneira circular a sua proposta com os demais estágios que começa com a geração, seleção, representação, armazenamento, recuperação, distribuição e uso.

FIGURA 4- CICLO DE VIDA DA INFORMAÇÃO



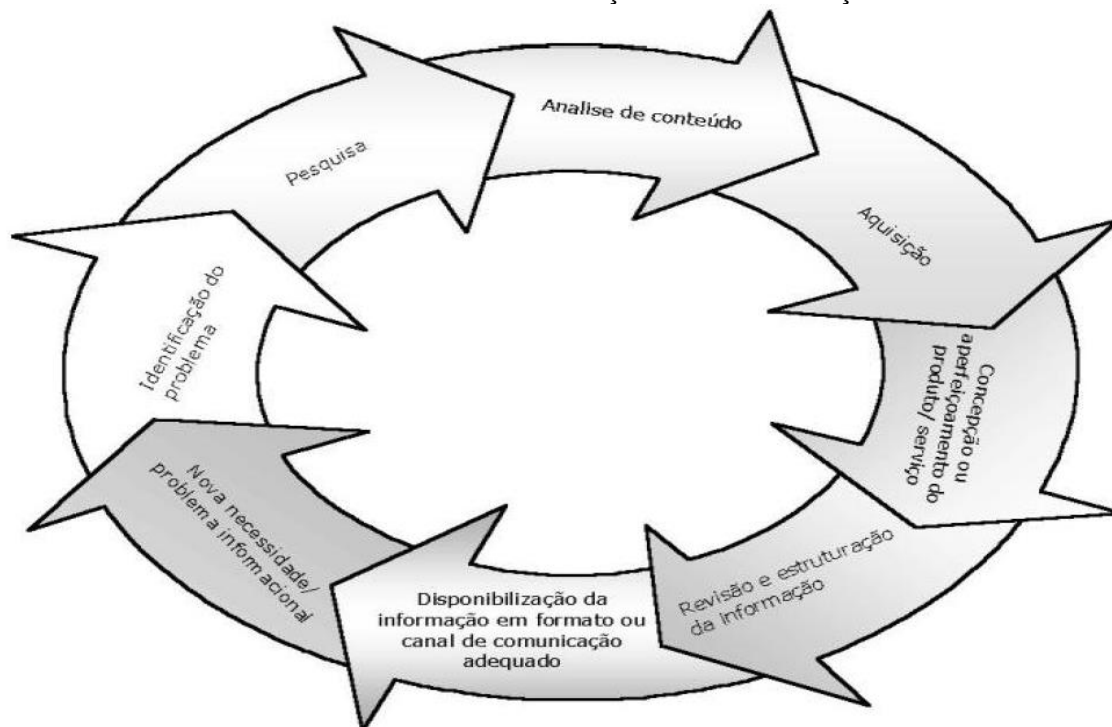
Fonte: Ponjuán Dante (1998)

Ponjuán Dante (1998) em sua reflexão afirma que o direcionamento da informação possibilita que seja usada como recurso facilitador durante o processo de tomada de decisão. No “último” elemento desse ciclo, o uso, ocorre a descoberta do impacto e o valor que as informações têm sobre o ambiente em seu contexto. No caso deste estudo será discutido sobre a ótica de evento científico realizado por meio da disseminação dos resultados de uma investigação com auxílio do vídeo (FREITAS, SCHIMDT e TAVARES, 2014).

Vaitsman (2001) faz uma proposta que está representada (FIGURA 5) com adaptações de Ribeiro (2005) que se diferencia do modelo de Ponjuán Dante (1998) nos elementos que o compõe.

O processo de produção de uma informação aqui é entendido por Vaitsman como (2001, p.22) “uma atividade cíclica, realimentada pela apresentação de novas necessidades de informação”. Que como também começa com identificação de um problema, passa pela pesquisa, análise de conteúdo, aquisição de dados, criação/aperfeiçoamento de um produto/serviço, revisão de como está sua estrutura, definição e disponibilização da informação em um canal adequado ao cliente e análise para comprovar que novas demandas e/ou necessidades haverão de surgir.

FIGURA 5- CICLO DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO



Fonte: Ribeiro (2005), adaptado de Vaitsman (2001, p. 23)

Essa atividade cíclica requer um modelo de gestão da informação observando-se para que finalidade seja sua aplicação de produto/serviço.

2.1.2 MODELOS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Davenport (2002) considera que o ser humano é o principal responsável pelo processo de transformação dos dados em informação e por seu gerenciamento. A gestão da informação é “um processo que trata de um conjunto estruturado de atividades que incluem o modo como às empresas obtêm, distribuem e usam a informação e o conhecimento” (LIMA, 2008).

SOUZA (2015) fez uma releitura dos modelos de gestão da informação sobre os principais autores da temática e sistematizou no (QUADRO 2). Para tanto toma por base as ideias de McGee e Prusak (2003), Davenport (2002), Choo (2006), e Beal (2008). McGee e Prusak (2003) afirma que os “profissionais da informação, projetistas e desenvolvedores de sistemas costumam estar imersos em um misticismo teórico de suas técnicas, e, portanto, é preciso considerar opiniões de usuários finais, advindos de outras áreas do conhecimento, que possam apresentar novas perspectivas sobre o processo”.

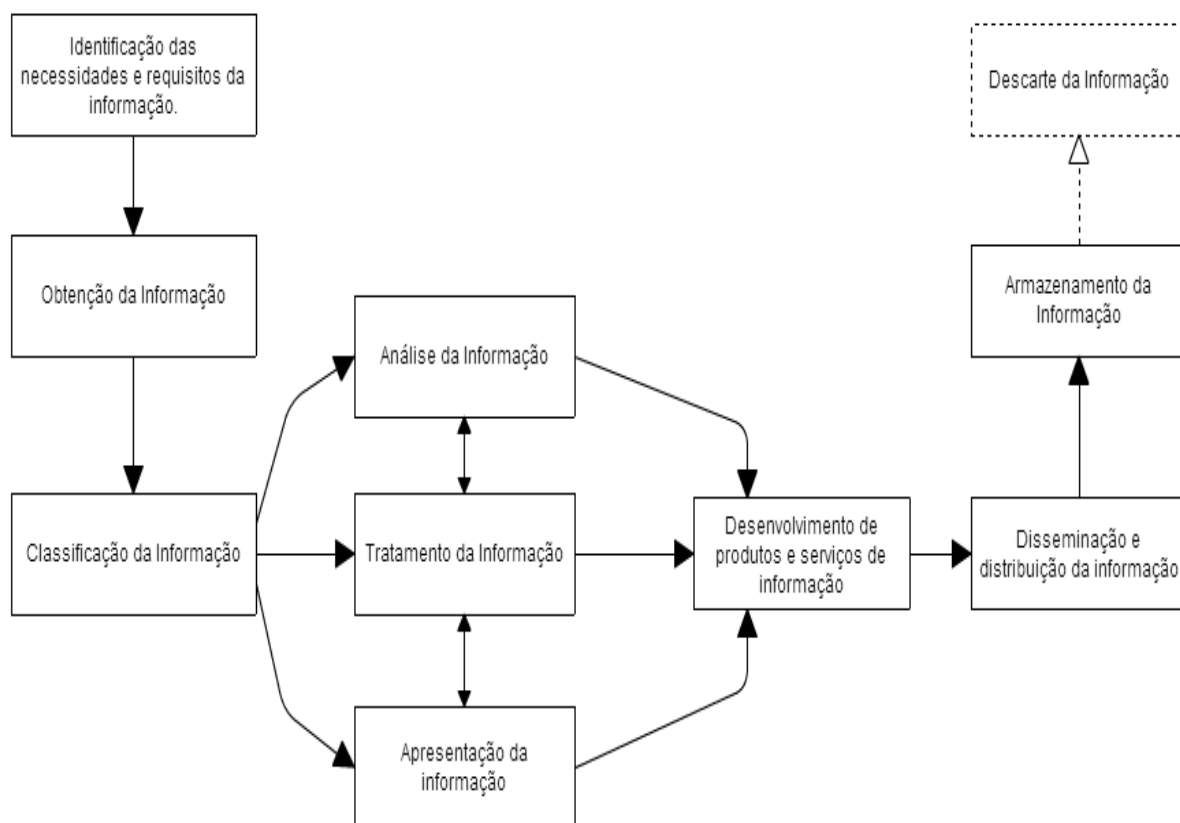
QUADRO 2- ETAPAS QUE COMPÕEM OS MODELOS DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Etapas	McGee e Prusak (2003)	Davenport (2002)	Choo (2006)	Beal (2008)
Identificação de necessidades de informação	X		X	X
Determinação de exigências (requisitos) de informação	X	X	X	X
Busca de Informação			X	
Aquisição (obtenção) e coleta de informação	X	X		X
Classificação da informação	X			
Análise da Informação	X			X
Tratamento da informação	X			
Apresentação da informação	X			
Uso da Informação	X	X	X	X
Desenvolvimento de produtos e serviços de informação	X			
Disseminação e distribuição da informação	X	X		X
Armazenamento da Informação	X			X
Descarte da Informação				X

Fonte: SOUZA (2015)

SOUZA (2015) que investigava sobre os festivais de música como evento de repetição anual, elaborou seu Modelo de Gerenciamento da Informação Unificado proposto (FIGURA 6). Destaca-se que as etapas consideradas pela autora estão mais próximas das atividades informacionais de um evento como o estudado nesta pesquisa.

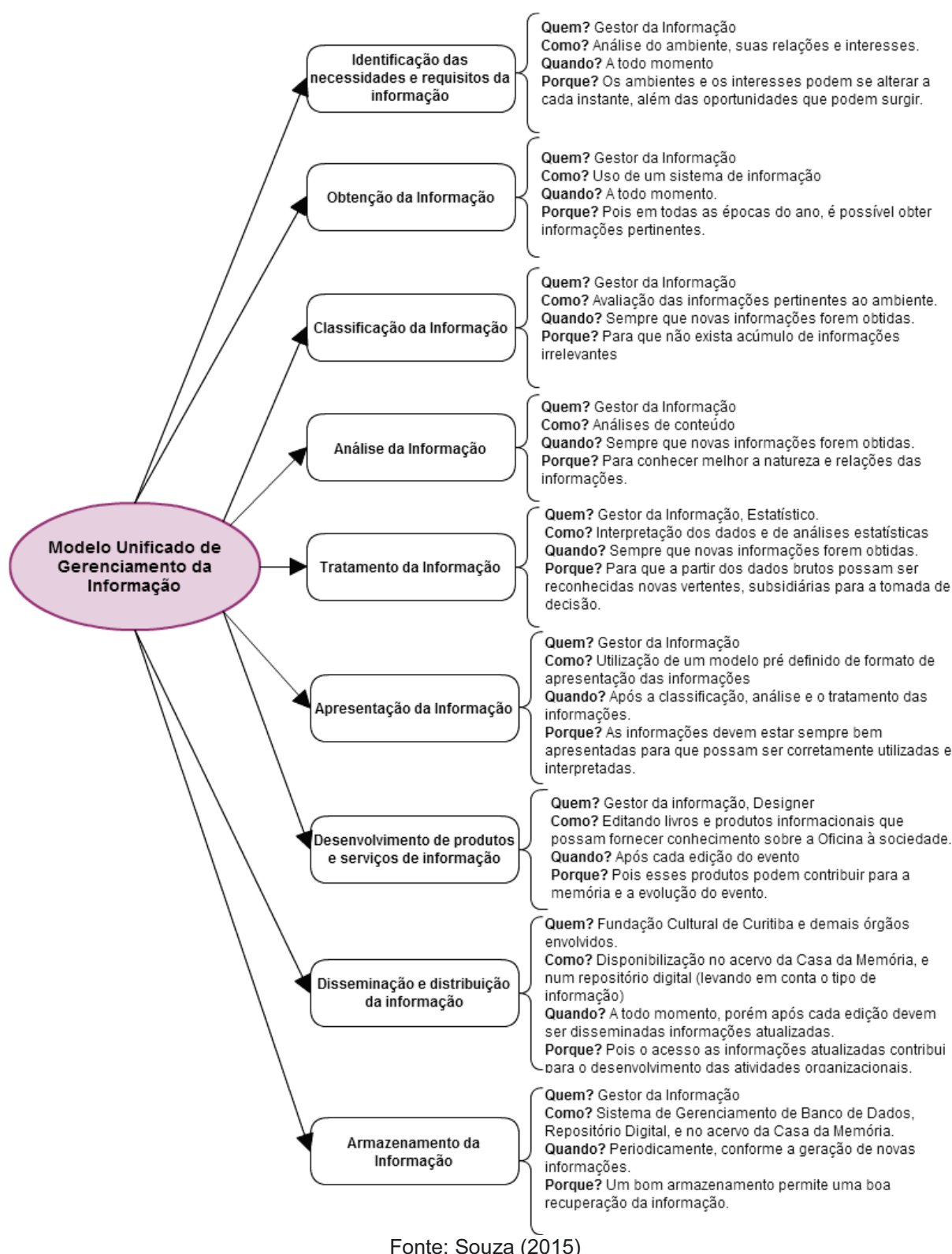
FIGURA 6- MODELO DE GERENCIAMENTO DA INFORMAÇÃO UNIFICADO.



Fonte: Souza (2015)

A proposta é entender se é possível aplicar este modelo de gestão da informação em evento científico. Buscou-se a viabilidade de aprofundar a temática sobre desenvolvimento de produtos ou serviços de informação que permitirá a disseminação e distribuição da informação entre os pares, podendo ou não ser descartada. E Na (FIGURA 7), tem-se a ampliação do modelo explorando e respondendo para cada estágio: Quem? Como? Quando? E porquê?

FIGURA 7- MAPA MENTAL DO MODELO DE GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÃO UNIFICADO PROPOSTO



Fonte: Souza (2015)

Considera-se que a aquisição e o uso da informação serão critérios que ajudarão os gestores a planejar as ações futuras e como base para tomada de decisão (TARAPANOFF, 2001).

2.1.3 REPOSITÓRIOS E TECNOLOGIAS DE VÍDEO

A evolução das tecnologias da comunicação digital vem redesenhando o cenário sociocultural. Milhões de usuários de computadores, conectados por meio de redes globais, estão compartilhando informações. Reed (2012, pág. 129) comenta que a ampla adoção da banda larga tornou a visualização de vídeos online uma parte integrante da experiência de navegação pela internet de muitas pessoas. Já sendo possível assistir a filmes de longa-metragem de canais de tevês de forma simultânea na internet, algo impensável alguns anos atrás.

Nesse contexto, a presente pesquisa discute sobre os repositórios de vídeos disponíveis na Web. Os repositórios online e os voltados ao ensino como o *TeacherTube* com vídeos pedagógicos. Além dos repositórios institucionais que também possuem conteúdos audiovisuais.

Os repositórios institucionais (RI) armazenam o conhecimento produzido internamente, e é considerada uma ferramenta para maximizar a visibilidade das pesquisas de uma universidade, e como um instrumento de Gestão do Conhecimento (GC) potencializando a troca de conhecimento entre as comunidades científicas (COSTA e LEITE, 2006).

O YouTube™ criado por Chad Hurley e Steven Chen, em 2005, foi desenvolvido com o intuito de compartilhar arquivos de vídeos na web. E o Vimeo foi criado em 2004, por Zach Klein e Jakob Lodwick, cineastas e criadores de vídeos, eles tinham como objetivo de compartilhar o seu trabalho criativo (WASSERMAN, 2015). O (QUADRO 3) apresenta um comparativo entre os repositórios de vídeos suas vantagens e desvantagens.

O YouTube™ foi comprado em 2006 pelo Grupo *Google*. Esse serviço é considerado o líder de vídeos *online* e a primeira opção para assistir e compartilhar vídeos originais globalmente por meio da Web (Tomaél et al., 2008). Grande parte do êxito desse serviço deve-se à possibilidade de qualquer usuário acessá-lo e à simplicidade do processo de compartilhamento de vídeos, usando sites, celulares, *blogs* e *e-mail*.

Em outubro de 2009, apenas cinco anos depois do seu lançamento, o YouTube™ anunciou que havia alcançado a marca de 1 bilhão de visualizações por dia. É de longe o site de compartilhamento de vídeos mais popular (REED, 2012, pág. 129).

O recurso de vídeo vem sendo cada vez mais utilizado comercialmente, como recurso de aprendizagem etc., com isso o YouTube™ ganha a cada dia mais usuários tanto para compartilhar, quanto para “consumir” os seus vídeos. É nessa plataforma que estão armazenados os vídeos do ELECS2013 – objeto deste estudo vislumbrando a gestão e o *marketing* científico.

QUADRO 3- PRINCIPAIS REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DISPONÍVEIS NA INTERNET SUAS VANTAGENS E DESVANTAGENS

	VANTAGENS	DESVANTAGENS
YouTube https://www.youtube.com	Maior site de compartilhamento de vídeos. Pode ser utilizado para os mais variados fins (comercial, educativos, mostrar situações cotidianas, entre outros)	Presença de anúncios é o mais popular, portanto é normal que os vídeos sejam assistidos por padrão em baixa qualidade.
wwiTV.com http://wwitv.com	Guia independente para <i>streaming</i> de mídia disponível na internet	Sua interface não é a das mais bonitas, parecendo bastante com um site mais antigo.
Vimeo https://vimeo.com	Player com <i>design</i> mais limpo e que ao final mostra apenas os vídeos relacionados de seu canal	Tem Versões grátis e pagas. Para as contas gratuitas há um limite de 500MB semanais e 5GB semanais para contas pagas.
Viddler http://www.viddler.com	Foca bastante em vídeos corporativos ou interativos com consumidores	Os usuários têm um limite de 500 <i>megabytes</i> de vídeo para upload de arquivo, mas não limitado no número de vídeos que podem ser enviados para a plataforma.
Vevo http://www.vevo.com	É um serviço multinacional de vídeo de hospedagem mais de 50.000 vídeos disponíveis streaming de TV, mas para vídeos musicais.	Eles protegem os conteúdos, impedindo que faça o download do vídeo para o seu computador
Veoh	Permite aos usuários encontrar e assistir o conteúdo de estúdio, produções independentes e do material gerado pelo usuário, tem algumas funções bem parecidas com as de redes sociais	Sua interface antiga e apenas disponibiliza seu conteúdo em uma língua o inglês
Ustream http://www.ustream.tv	<i>Ustream</i> é um site que permite que os membros para transmitir vídeo em tempo real na Internet. A partir de um telefone celular usando aplicativo para transmissão móvel da Ustream (disponível para <i>Android</i> e <i>iPhone</i>). Membros Ustream também pode gravar e salvar filmes para distribuição de difusão futuro. Esta plataforma de vídeo website é conhecida por sua capacidade de fornecer os espectadores com muitos outros métodos para se conectar ao apresentador durante uma transmissão ao vivo	A desvantagem é que dependendo do horário ocorrem congestionamentos que podem interferir na qualidade da imagem com interrupções.
Só Vídeos Legais http://sovideoslegais.com.br	Sites de vídeos inteiros formados pelos <i>uploads</i> feitos no YouTube. Uma proposta bem engraçada	Toda sua plataforma de vídeo é formada por uploads do YouTube™, não se preocupa com direitos autorais
Maker. Tv http://www.maker.tv	Oferece um tipo de conteúdo mais sério e profissional, se tornando o lugar perfeito para descobrir novas animações, <i>web</i> séries e curtas-metragens.	Tem Versões grátis e pagas. Conta paga dá prioridade ao tempo de codificação de vídeos nos servidores da empresa, da mesma forma que você pode fazer uma codificação de vídeo especial para <i>iPod</i> com áudio MP3 automaticamente custo é por US \$ 8 por mês ou US \$ 96 por ano para contas pagas
Metacafe http://www.metacafe.com	Parceria com grandes estúdios de cinema, gravadoras musicais, ligas esportivas, redes de TV e outros. O que proporciona ao usuário um infinito de material de qualidade.	A desvantagem é o programa é <i>bloatware</i> , tendo uma grande quantidade de recursos do sistema e , por vezes, produzindo anúncios diretamente no <i>desktop</i>
Hulu http://www.hulu.com/welcome	on-line e parcialmente serviço de <i>streaming</i> ad-suportado fornecer uma escolha de programas de TV, clipes, filmes, bem como outros meios de comunicação de <i>streaming</i> no Hulu. Assinantes Hulu podem acessar episódios em HD da ABC, a CW, Fox e NBC no dia seguinte ao do ar, através de	Parcialmente gratuita para uma versão mais robusta é necessário uma assinatura mensal, a mais extensa do serviço Hulu <i>Plus</i> disponíveis não apenas em computadores.

	dispositivos conectados à Internet.	
Flickr https://www.flickr.com/search/?text=video&media=videos	O site oferece 1 TB de armazenamento e serve mais como um forma de você compartilhar vídeos com pessoas mais próximas	Ele só aceita 2 vídeos de 90 segundos e/ou 150mb na conta gratuita e vídeos ilimitados de 90seg e 500mb na versão paga, que custa R\$45,90 por ano
Facebook http://www.facebook.com	Tem o botão de “Curtir e suas diversas categorias” a página na parte superior do vídeo	É complexo para fazer incorporação do vídeo no Facebook
Dailymotion http://www.dailymotion.com	O segundo site mais popular de compartilhamento vídeo, tendo mais de 110 milhões de visitantes todos os meses	Sua interface é muito poluída e cheia de anúncios
Breake http://www.break.com	<i>Break</i> é outro site conhecido principalmente por vídeos engraçados, clipes e imagens engraçadas. Pausa permite principais formatos de vídeo, como AVI, WMV, MPG e MOV.	Sua interface é antiga e não há uma má distribuição das categorias
Blinkx http://www.blinkx.com	Liga visitantes de vídeo <i>online</i> com editores e distribuidores, usando a publicidade para ganhar dinheiro dessas interações. Ela está focada no fornecimento de alta qualidade, personalizado, conteúdo de vídeo com curadoria	Redireciona seus resultados de busca para sites indesejados.
América Online livre http://www.aol.com/video/?on=1	AOL <i>On</i> é melhor para manter contato com notícias, esportes, estilo de vida, entretenimento, negócios, tecnologia, filmes, dramas e shows. AOL <i>On</i> permitir que você assista aos vídeos mais recentes da biblioteca AOL <i>On</i> de mais de 1,5 milhões de vídeos.	Plataforma fechada para acessar alguns vídeos é necessário ter conta paga, limita as ações dos usuários. AOL <i>On</i> fornece um portal de conteúdo <i>premium</i> que podem trabalhar em <i>desktop</i> , móvel, bem como sites de <i>tablet</i> otimizado e aplicativos, além de aparelhos de TV ligados
AmazonInstantVideo.com https://www.amazon.com/Instant-Video/b?node=2858778011	Trinta dias de teste pode ser obtido para cada um e nesse tempo os usuários podem transmitir e assistir milhares de filmes e programas de TV de graça. Você pode ver em qualquer lugar na sua sala, em linha, ou em movimento. Filmes e programas de TV estão disponíveis para transmitir instantaneamente na Amazon Fogo TV, fogo HDX, Xbox 360, PlayStation 3, Wii, Wii U, iPad, iPhone, Roku, e em centenas de televisões, leitores de Blu-ray, set-top boxes, e na web.	Apenas acessível a residentes dos Estados Unidos, Reino Unido, Japão, Alemanha e Áustria, o principal problema deste site é que ele não é livre

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

2.1.4 REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO - METADADOS

Os metadados surgem de iniciativas de criar padrões para os objetos serem organizados em bases que forneçam condições de interoperabilidade e reuso. São rotuladores que descrevem um recurso, seus objetivos e características (SILVA e SANTANCHÈ, 2008).

Ferlin (2009) identificou em sua pesquisa algumas organizações que desenvolveram este tipo de padrões para catalogação de conteúdo: *Learning Technology Standards Committee (LTSC)*, do *Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)*, que desenvolveu um padrão de metadados conhecido como *Learning Object Metadata - LOM* - e o *Dublin Core Metadata Initiative (DCMI)*. O estudo conclui que existe um conjunto de metadados aplicados a educação – essenciais e que foram utilizados no Repositório de Objeto de Aprendizagem – ROA conforme o (QUADRO 4).

QUADRO 4- REPOSITÓRIO DE OBJETO DE APRENDIZAGEM

Categoria	Metadados
1 Geral	1.1.2 Entrada 1.2 Título 1.3 Idioma 1.4 Descrição
2 Ciclo de vida	2.3.2 Criador 2.3.3 Data
4 Técnico	4.1 Formato 4.2 Tamanho
5 Educacional	5.2 Tipo de recurso de aprendizagem
6 Direitos	6.3 Descrição

Fonte: Ferlin (2009)

Utilizou-se também o modelo de metadados propostos por (SANTOS; FREITAS; BELLI, 2014) que permite a recuperação de informações gerais de filmes de animação para utilização pedagógica.

Para a elaboração dos metadados (SANTOS; FREITAS; BELLI, 2014) consideraram as seguintes características:

- a. Padrão de metadados *Dublin Core*;
- b. Padrão LOM que define a estrutura de uma instância de metadados para um objeto de aprendizagem;

c. Necessidades informacionais dos usuários, professores do ensino superior.

Para tanto, selecionou-se metadados de diferentes categorias, que a seguir são apresentados, conforme exemplo abaixo (QUADRO 5).

QUADRO 5- METADADOS DE RECUPERAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE FILMES DE ANIMAÇÃO

Categoria	Metadado
Geral	Título
	Idioma
	Descrição
	Estúdio
	Palavra-chave
	Data de lançamento
Técnica	Formato
	Localização
	Duração
Educativa	Temática
	Síntese do filme
	Estratégia de abordagem
	Críticas
	Fontes para consultas sobre suas aplicações

Fonte: SANTOS; FREITAS; BELL, 2014.

No caso específico do YouTube™, as informações sobre o vídeo depositado seguem três diferentes telas: dados básicos, traduções e configurações avançadas. Mais recentemente surgiu uma tela de monetarização não adotada para este canal.

A (Figura 8) apresenta o preenchimento de dados básicos do formulário para inserção do vídeo como título do vídeo, descrição etc.

FIGURA 8- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA DADOS BÁSICOS DE VIDEO

The screenshot shows the YouTube upload interface. At the top, there's a search bar and navigation icons. The main content area is titled 'ENVIANDO 2%' with a progress bar and a 'Concluído' button. Below this, a message states: 'Seu vídeo ainda está sendo enviado. Deixe essa página aberta até a conclusão.' The form is divided into tabs: 'Informações básicas' (selected), 'Traduções', 'Monetização', and 'Configurações avançadas'. Under 'Informações básicas', there's a title field with 'ELECS 2013', a privacy dropdown set to 'Privado', and a description field. There are also tags: 'ELECS 2013', 'engenharia civil', and 'arquitetura'. A 'Compartilhar' button is visible. At the bottom, there's a 'Miniaturas de vídeos' section with a note about thumbnails and a 'Miniatura personalizada' button.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

A (Figura 9) apresenta o preenchimento de dados para tradução do vídeo como idioma original do vídeo, selecionar idioma etc.

FIGURA 9- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA TRADUÇÕES DE VIDEO

The screenshot shows the YouTube upload interface for translations. The progress bar is at 'ENVIANDO 7%'. The 'Traduções' tab is selected. Under 'Idioma original', there's a 'Selecionar idioma' button. The 'Traduzir para (0)' section has a 'Selecionar idioma' button. There are two input fields for translations: one for the title ('Digite o título traduzido') and one for the description ('Digite uma descrição traduzida'). At the bottom, there's a 'Contrate tradução profissional' section with a 'Comprar tradução (BETA)' button.

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

A (FIGURA 10) vai tratar de categorização, distribuição, direitos autoral e permissão para comentários.

FIGURA 10- FORMULARIO YOUTUBE™ PARA CONFIGURAÇÕES AVANÇADA DE VIDEO

ENVIANDO 12% Cerca de 17 minutos restantes. [Concluído](#)

Seu vídeo ainda está sendo enviado. Deixe essa página aberta até a conclusão.

Informações básicas Traduções Monetização **Configurações avançadas**

Status do envio
Enviando seu vídeo.
Seu vídeo será publicado em:
<https://youtu.be/Q1sVVVIUXj0>

Qualidade do vídeo/áudio:
Seus vídeos serão processados mais rapidamente se você codificá-los em um formato de arquivo que pode ser transmitido. Para mais informações, acesse nossa Central de Ajuda.

Comentários
☒ Permitir comentários
Mostrar: Todos
Classificar por: Principais comentários
☒ Os usuários podem visualizar as classificações deste vídeo

Licença e propriedade de direitos
Licença padrão do YouTube

Distribuição
☒ Em todo lugar
Disponibilize este vídeo em todas as plataformas
☐ Plataformas monetizadas
Disponibilize este vídeo apenas em plataformas de monetização

Certificação de legenda
Este conteúdo não consiste em um programa de vídeo de lo...

Opções de distribuição
☒ Permitir incorporação
☒ Notificar inscritos

Restrições de idade
☐ Ativar restrição de idade

Categoria
Ciência e tecnologia

Local do vídeo
Pesquisável em vídeos públicos. Saiba mais
-25.4200401306 -49.2650985718 [Pesquisar](#)

Idioma do vídeo
Selecionar idioma

Contribuições comunitárias
☐ Permitir que espectadores contribuam com legendas e legendas ocultas

Data da gravação
Hoje

Estatísticas do vídeo
☒ Tornar as estatísticas de vídeo na página de exibição visíveis ao público

Video 3D
☐ Este vídeo é em 3D
Side by side: Left video on the left side

Declaração de conteúdo

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Para armazenar e recuperar os vídeos é necessário ter um padrão de metadados, para isso realizou-se uma comparação dos metadados apresentados na estrutura proposta por Ferlin (2009) e (SANTOS; FREITAS; BELLÍ, 2014), com propósito de verificar se os itens são possíveis de estar registrados nos formulários de cadastro de um vídeo no YouTube™, apresentados conforme exemplo abaixo (QUADRO 6).

QUADRO 6- COMPARAÇÃO DOS METADADOS PROPOSTOS POR FERLIN, SANTOS; FREITAS; BELLI, e YOUTUBE™

Metadados apresenta dos para preenchimento pelos usuários	Ferlin(2009)	(SANTOS; FREITAS; BELLI, 2014)	YouTube™
Entrada	✓	✗	✗
Título	✓	✓	✓
Idioma	✓	✓	✓
Descrição	✓	✓	✓
Estúdio	✓	✓	✓
Criador	✓	✓	✓
Palavra-chave	✗	✓	✓
Data	✓	✓	✓
Formato	✓	✓	✓
Localização	✗	✓	✓
Tamanho	✓	✗	✓
Duração	✗	✓	✓
Temática	✗	✓	✓
Contribuição Comunitária	✗	✗	✓
Síntese do filme	✗	✓	✗
Estratégia de abordagem	✗	✓	✗
Críticas	✗	✓	✓
Fontes para consultas sobre suas aplicações	✗	✓	✓
Tipo de recurso educacionais	✓	✗	✗
Descrição de direitos Autorais	✓	✗	✓

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Na análise comparativa das estruturas propostas por Ferlin (2009) e (SANTOS; FREITAS; BELLI, 2014) observa-se que a maioria dos itens podem ser registrados nos formulários de cadastro de um vídeo no YouTube™. Concluir-se que é possível adaptar as informações tidas como essenciais pelos autores, nos campos oferecidos pela plataforma de compartilhamento de vídeos.

2.1.5 ARMAZENAMENTO E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO

O armazenamento da informação é de característica própria do ser humano, pois ao longo do tempo os seres humanos necessitavam guardar informações geradas ao longo de sua existência. Desde as descobertas de figuras rupestres desenhadas em cavernas, inscrições em paredes de pedras encravadas nas pirâmides zapotecas ou egípcias e pelas grandes bibliotecas, como a da lendária Alexandria. O homem parece ter necessidade de querer guardar (arquivar) informações, vem-se constatando que o armazenamento de informações é condicionante do ser humano. (LIMA JUNIOR, 2011).

No século atual, com o advento da tecnologia de armazenamento digital, quase toda a informação produzida passou a ser colocada diretamente no mundo de bits e bytes, e o que existe no meio físico, como em livros, revistas e jornais, para citar alguns exemplos, está sendo transferido para discos rígidos ou para memórias digitais. (LIMA JUNIOR, 2011). Com a constante evolução da tecnologia e a presença essencial da *web* vem mudando a prática de pesquisas científica neste século, principalmente pela forma dinâmica que são gerados e recuperados grandes volumes de dados. A forma de armazenamento da informação vem evoluindo muito mais rápido que em algumas décadas atrás e o custo desta tecnologia também vem ficando cada vez menor. Ressalta-se o pensamento da pesquisadora Barreto:

Vannevar Bush pode ser considerado o precursor da ciência da informação e 1945 a data fundadora com a publicação de seu artigo; ele indicou uma mudança de paradigma para a área de informação em ciência e tecnologia, que envolvia: profissionais, instrumentos de trabalho para armazenagem e recuperação da informação; argumentou sobre o desuso das condições teóricas da representação da informação para processamento e armazenagem e recuperação. (Barreto 2002).

O processo de busca e Recuperação de Informação (RI) consiste em localizar documentos e conteúdo que tenham sido armazenados em livros ou na *web*. Para recuperar informações em conjuntos de dados estruturados (base de dados) é necessária a utilização de expressões de busca que utilizam termos e operadores FIGUEREIDO (2006). Os operadores lógicos mais utilizados são: AND, OR, NOT e os sinais gráficos +, -, !, ", *, ?, ^, ~, (), [] e { }.

Em uma visão mais holística, Lancaster (2004, p.4) o que se almeja ao fazer em uma busca numa base de dados é encontrar documentos que sejam úteis para

satisfazer a necessidade de informação, e evitar a recuperação de itens irrelevantes. Segundo Fujita (2012, p.98) nos sistemas de informação, a recuperação está condicionada às condições de armazenamento. A eficiência de um sistema de recuperação de informação depende essencialmente da qualidade da indexação.

A eficiência de um processo de recuperação de informação está ligada à estratégia de busca elaborada pelo usuário. Dessa forma o conhecimento dos sistemas busca, diretórios e mecanismos de busca tornam-se essenciais para a elaboração de uma estratégia de busca eficaz e para o resultado proveitoso de uma pesquisa na *web*. (FIGUEREIDO, 2006).

2.2 Evento Científico

No séc. XVIII, na Grécia clássica, no âmbito das academias, surgiram as sociedades científicas. Essas associações reuniam pesquisadores que debatiam os temas de interesse e que os levavam as longas discussões no campo da filosofia. Bomfá (2009) relata que com o passar dos anos esses encontros tornaram-se fluxo contínuo e segmentando por tema, sendo relatado inicialmente como atas de reuniões científicas que registram os achados e progressos das pesquisas e as comunicavam entre os pares interessados no tema. Ressalta-se o pensamento das pesquisadoras Campello, Cendón e Kremer:

O processo de comunicação científica tem sido objeto de inúmeros estudos que abordam tanto a comunicação formal, que ocorre através da literatura, quanto à comunicação que acontece informalmente, por meio de contatos pessoais. Esses estudos indicam que os contatos pessoais individuais — face a face, por correspondência, telefone e, hoje, cada vez mais frequentemente, através de correio eletrônico — são comuns no processo de comunicação e ocorrem sempre entre os membros de determinada comunidade científica. (Campello, Cendón e Kremer 2000 p.52).

Os eventos científicos são atividades de extensão, reúnem professores e estudantes com objetivo de trocas e transmissão de conhecimento de uma área determinada (SILVESTRIN, 2009). Também corrobora com a opinião Campello, Cendón e Kremer:

Existem vários tipos de encontros científicos, cuja denominação varia em função de sua abrangência e de seus objetivos. Alguns encontros voltam-se exclusivamente para a comunicação de pesquisas e reúnem uma audiência empenhada em discutir avanços de seu campo de conhecimento, sendo, normalmente, organizados pelas associações científicas. Outros congregam participantes voltados para a prática profissional e são organizados pelas entidades profissionais. Em cada um desses casos, a organização e os trabalhos apresentados têm características distintas. De maneira geral, os encontros apresentam uma estrutura semelhante, que pode variar de acordo com o tamanho do evento. (Campello, Cendón e Kremer 2000 p.54).

Esses se apresentam de diferentes tipologias e tem público definido: professores, especialistas moderadores ou coordenadores, estudantes, associados institucionais e outros interessados no tema. (QUADRO 7).

QUADRO 7- TIPO DE EVENTOS CIENTIFICOS

EVENTOS	DEFINIÇÃO
Aula Inaugural	O Reitor, na maioria das vezes, é quem faz a Aula Inaugural, mas pode ser proferida por professor de público e notório conhecimento do assunto do Curso.
Aula Magna	Difere da aula inaugural porque pode ser ministrada em qualquer época do período letivo.
Ciclo de palestras	Derivado da conferência difere desta pelo fato de poder estar vinculado a uma série de palestras pronunciadas por professores e especialistas na matéria abordada.
Conferência	Preleção pública sobre determinado assunto técnico, artístico, científico ou literário. O conferencista expõe um tema previamente escolhido por um tempo determinado, e em seguida responde às perguntas formuladas por escrito pelo auditório e dirigidas à mesa.
Colóquio	Semelhante à Conferência, o colóquio é apresentado por profissional de renome e com notório saber no assunto e tem como objetivo o esclarecimento de um tema ou a tomada de decisão. É mais utilizado em classes específicas, como por exemplo, o segmento médico. Após a apresentação do tema, o plenário deve ser dividido em grupos para debates e estudos e o resultado apresentado pelos líderes de cada grupo. A decisão final fica por conta da votação do plenário.
Congresso científicos ou técnicos.	Reunião ou encontro de entidades de classe ou associações para apresentação de conferências. As apresentações, trabalhos e propostas são reunidos em um só documento que é entregue aos congressistas.
Curso	Tem como objetivo o conhecimento, treinamento ou reciclagem dos participantes, capacitando-os para o exercício das atividades relacionadas ao assunto proposto. Permite perguntas e debates.
Debate	É uma reunião entre duas pessoas, cada uma defendendo o seu ponto de vista, geralmente antagônico e polêmico. Exige a presença de um moderador ou mediador, que coordena os trabalhos, estabelecendo as regras do evento.
Encontro	Caracteriza-se pela reunião de pessoas de uma categoria profissional para debater temas polêmicos, apresentados por representantes dos grupos participantes.
Exposição	Exibição pública de produção artística, industrial, técnica e científica.
Feira	Demonstração pública.
Fórum	Caracteriza-se pela troca de informações e debate de ideias, com a presença de grandes audiências. Busca a efetiva participação da plateia, sempre numerosa, que deve ser sensibilizada e motivada.
Jornada	São pequenos congressos, diferindo destes por se tratar de reuniões de grupos de determinada região em épocas propositadamente não coincidentes e

	periodicamente.
Mesa-redonda	Os participantes geralmente são especialistas que apresentam seus pontos de vista sobre o tema, com tempo-limite para a exposição e orientando a discussão para que ela se mantenha em torno do tema principal.
Painel	Forma de reunião limitada a um pequeno número de especialistas, em que os expositores debatem entre si o assunto em pauta. Quem coordena os trabalhos fixa as regras do evento. O painel é dividido em duas partes: Os painéis listas apresentam o tema individualmente que são seguidos de debate entre si e respondem às perguntas da plateia, que devem ser feitas por escrito e identificáveis.
Palestra	Caracteriza-se pela apresentação de um tema pré-determinado a um grupo pequeno, que já possui informações sobre o assunto.
Semana-Acadêmica	Caracterizada pela reunião de estudantes, coordenada por professores, com apoio de profissionais da área, com o objetivo de discutir temas relacionados com a classe à qual pertencem.
Seminário	Reunião de um grupo de estudos que centraliza debates de assuntos expostos pelos participantes. A sessão divide-se em três partes: fase de exposição, fase de discussão e fase de conclusão. Duração de um dia inteiro.
Simpósio	. O simpósio é derivado da mesa-redonda; nele os participantes não debatem entre si. A duração de um simpósio é, em média, de um a três dias.
Workshop	Palestra caracterizada pela apresentação teórica de um tema e a segunda trata-se da fase prática, na qual os participantes testam as informações recebidas.

Fonte: Adaptado de SILVESTRIN (2009)

Observa-se que no campo científico as mudanças ocorreram desde a forma de organização dos eventos até os produtos neles entregues como documentação a ser armazenada e posteriormente reutilizada (Bomfá, 2009). Nos últimos anos, o surgimento desses produtos novos requer competências diferenciadas e capacidade de inovação para acompanhar as tendências pelo volume de informação gerada a ser armazenada e recuperada, com capacidade de criar os mais variados produtos – impresso, jornal, áudio, multimídia, vídeos etc.

2.3 PRODUTO DE INFORMAÇÃO EM EVENTO CIENTÍFICO

No passado, os pesquisadores se reuniam e trocavam suas pesquisas e achados entre pares, discutido os temas de interesse comum. Bomfá (2009) resgata que o surgimento da imprensa possibilitou a geração e publicação destas atas em volumes de acordo com o tamanho dos eventos e das comunicações neles presentes. Os gestores desses eventos entregavam o *feedback* e certificados aos seus participantes até um ano depois do evento ter ocorrido.

Diante desse contexto, cabe ampliar a discussão sobre o que se entende por produto e informação inserida em eventos científicos. Já que os participantes de um

evento lidam com informação e muitos desenvolvem produtos ou serviços de informação, conforme exemplo abaixo (QUADRO 8).

QUADRO 8- CONCEITUAL SOBRE PRODUTO DE INFORMAÇÃO

Tema	Conceito	Referencia
Produto	É um conjunto de atributos tangíveis e intangíveis, que proporciona benefícios reais ou percebidos, com a finalidade de satisfazer as necessidades e os desejos do consumidor.	Semmenik, 1995, p. 260
	Tudo que poder ser oferecido a um mercado para satisfazer seu desejo ou necessidade .	Kotler (2006)
Informação	Conhecimento gravado sob as formas escritas, oral ou audiovisual. Transmite significado ao ser consciente através de mensagem inscrita em suporte impresso, sinal elétrico, onda sonora, etc.	Le Coadic (1996)
	Uma abstração informal, que representa algo significativo para alguém através de textos, imagens, sons ou animação.	Setzer (1999)
Produto de Informação	Tudo aquele que atende as necessidades informacionais dos membros da organização e contribui através da mistura equilibrada de produtos como boletins, informes, banco de dados, para o suporte dos usuários.	Assis (2006)
	Resultado tangível de todo processo de gestão da informação que propicia um benefício por meio de sua utilização, visando sempre atender as necessidades identificadas .	Silva, Santos e Freitas (2008)

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

A partir do quadro 4, é possível afirmar que o produto de informação deverá satisfazer as necessidades e desejos do usuário transmitindo algo significativo. Silva, Santos & Freitas (2008) comentam que um produto de informação, diferentemente de outros, está em constante evolução para atender as exigências dos clientes. O dinamismo do mercado faz com que produtos ou serviços percam rapidamente seu valor.

Já o conceito de produto é variado, que envolve bens e serviços. Tendo como características principais a tangibilidade, armazenabilidade, produção não simultânea ao consumo, baixo nível de contato com o consumidor, transportabilidade e evidência da qualidade.

Castells (1999) resgata que os atributos de um produto informativo são:

- adiciona valor principalmente por incorporar inovação no processo e no produto;
- a inovação só é efetiva quando resulta de investimentos de pesquisa e aplicação a necessidades específicas a um contexto;
- incorpora tarefas automatizadas, tornando a execução mais eficiente, liberando o tempo humano;

- d. para atividades de adaptação, e promovendo o *feedback* no sistema;
- e. o conteúdo do produto é capaz de flexibilizar o processo da tomada de decisão e promove a integração entre todos os elementos do processo produtivo.

É de senso comum que o advento da tecnologia auxiliou no crescimento, diversificação e inovação no suporte para apresentação de produtos podendo ser impressos (meio físico), digitais (meio eletrônico) ou até mesmo a junção dos dois como é o caso do CD e DVD que apesar de possuir um corpo físico apresenta conteúdo digital. Todos estes fatos ampliaram mais a capacidade de armazenamento e reprodução das atas dos eventos científicos. O crescimento da Internet e as facilidades com a computação nas nuvens e interação viam *chats* abriu outras possibilidades.

Silva, Santos & Freitas (2008) afirmam que a diversidade de formatos é benéfica para o desenvolvimento de produtos de informação, pois: os torna dinâmicos e mais acessíveis, oportuniza a redução de custos com materiais e comunicações, reduz barreira temporal, flexibiliza o lançamento de produtos e serviços e facilita a inovação. O (QUADRO 9) relaciona os produtos de informação em meios informacionais que permitam ser veiculados em meios digitais com recursos online.

QUADRO 9- PRODUTOS DE INFORMAÇÃO E PRODUTOS INFORMACIONAIS

PRODUTOS DE INFORMAÇÃO					PRODUTOS INFORMACIONAIS	
Categoria quanto aplicação				Físicos / Impressos	Eletrônicos / Digitais	Intangíveis
Educação	Científico	Empresa	Ócio			
X		X		Materiais didáticos		Conteúdo textual informacional
X		X		Manuais		
	X	X		Guias		
	X	X			Bases de Dados	Dados armazenados
X	X	X	X		Portais	Conteúdo informacional disponibilizado
X	X	X	X		Vídeos	
X	X	X	X	Imagens		

Fonte: Adaptado de Silva, Santos & Freitas (2008)

Ao categorizar os produtos de informação, considerando somente o aspecto de uso eletrônico, percebe-se podem ser ofertados ao usuário em forma de serviços de informação, bem como este serviço resultar em novos produtos, por meio de *feedbacks* e análises de uso nos canais multimídias existentes.

A pesquisa utilizou-se do tema produto de informação para dar suporte teórico a temática sobre – vídeo pôster – e seus requisitos para armazenamento, distribuição, utilização, reutilização e descarte.

O vídeo é considerado um produto informacional, por transmitir o seu conteúdo de informações em forma de textos, sons e imagens em movimento. No entanto, as preocupações de como recuperá-lo para reutilizá-lo passa pela modelo de gestão que tem em seu componente a forma de armazenamento e recuperação dos vídeos os (metadados).

O processo eficaz de Recuperação da Informação (RI) da informação está ligado diretamente à estratégia de busca criada pelo usuário. Para SOUZA (2006, p. 163), a recuperação das informações e de documentos armazenados representa a forma de como satisfazer as necessidades de informação dos usuários.

3 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

A fim de alcançar os objetivos propostos é necessário identificar os procedimentos que servirão como diretriz para nortear o desenvolvimento da presente pesquisa. A partir disso, esta seção apresentará elementos como a caracterização e fases da pesquisa, e a apresentação do ambiente em que a mesma será realizada. Serão apresentados também os critérios para a seleção dos procedimentos utilizados para coleta e tratamento de dados e a descrição do método empregado.

A revisão de literatura incluiu artigos publicados no ELECS2013 e SBE16 BRASIL & PORTUGAL coleta em livros sobre eventos científicos, revistas especializadas da área de gestão da informação, jornais científicos, teses e dissertações, bem como artigos científicos em estudo pertinentes ao tema tratado.

Vale evidenciar que o vídeo pôster é um tema novo dentro da realidade educacional científica no país, e até no mundo. Em função deste pioneirismo, o número de trabalhos específicos mostrou-se escasso, encontrado apenas em periódicos especializados sobre o tema ou em artigos apresentados em congressos.

3.1 Caracterização da pesquisa

A presente investigação se deu inicialmente com uma pesquisa bibliográfica/revisão de literatura que tem uma abordagem exploratória, para dar suporte ao estudo multi caso.

Essas técnicas serão adotadas dentro do estudo de caso, que Yin (1989, p. 19) conceitua como:

uma observação detalhada e profunda de um contexto ou indivíduo e de um conhecimento específico (o caso), representando uma investigação empírica e compreende um método abrangente, com a lógica do planejamento, da coleta e da análise de dados. Pode incluir tantos estudos de caso único quanto de múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa. (YIN, 1989, p.19)

Para a adequação do estudo multi caso como método de pesquisa, Yin (2005) sugere que as perguntas sejam do tipo “como” e “por quê”, tendo o pesquisador um pequeno controle sobre os eventos e que o foco seja em eventos atuais num contexto real.

A questão básica proposta neste estudo é a caracterização das plataformas de vídeos dos eventos e as suas similaridades na aplicação de armazenamento e recuperação dos vídeos, ou seja, “o como e o porquê” desses relacionamentos entre os eventos. O autor afirma que, frequentemente, a evidência resultante de um estudo multicaso é considerada “mais determinante, e o estudo como um todo, como mais robusto”. No entanto, o autor alerta ainda que para as maiores exigências de tempo e recurso que pode representar. Apesar disso, optou-se por sua utilização no presente estudo pelo fato de permitir maior abrangência dos resultados, ao ultrapassar a singularidade de dados referentes a um único evento científico.

A lógica de utilização do método de estudo de multicaso diz respeito (Yin, 2005), à replicação e não amostragem, ou seja, não permite generalização dos resultados para toda a população, mas, sim, a possibilidade de previsão de

resultados similares (replicação literal) ou a de produzir resultados contrários por razões previsíveis (replicação teórica), à semelhança, segundo o autor, ao método de experimentos.

Dessa forma, pode-se afirmar o método estudo de caso como sendo o mais apropriado para a pesquisa.

3.2 Fase da Pesquisa

O primeiro experimento científico realizado com o conceito de vídeo pôster no Brasil foi realizado de modo empírico e ocorreu no ELECS2013.

As estratégias propostas limitavam o vídeo pôster a tempo máximo de três minutos, com frases e linguagem simples para ser reutilizado como Recurso Educacional Aberto (REA) (FREITAS, SCHMID e TAVARES, 2014). Para estimular o debate, a equipe digitalizou, liberou e divulgou anais dos eventos anteriores para que a comunidade soubesse o que já vinha sendo discutido sobre o tema nos congressos. As sessões foram moderadas por investigadores da temática ressaltando o que já foi pesquisado e publicado, para prospectar as lacunas de conhecimentos ainda a serem preenchidas no campo da ciência sobre a ótica da sustentabilidade (FREITAS, SCHMID e TAVARES, 2014).

O procedimento metodológico foi dividido em dois blocos:

- 1) Revisão bibliográfica, desenho do ciclo de vida dos produtos a partir da literatura;
- 2) Utilizou-se a base de vídeo pôster do ELECS2013 e SBE16 BRASIL & PORTUGAL para:
 - i. Verificar os números de visitas, interação com os vídeos;
 - ii. Verificar as potencialidades de reuso dos vídeos;
 - iii. Analisar o formato e metadados de armazenamento na plataforma e a existência de ferramenta de busca e recuperação do vídeo.

O estudo de multi caso requer a aplicação de três diferentes técnicas de análises do estudo. Neste caso fez-se uma pesquisa bibliográfica, entrevista com gestor, análise documental e estudo em laboratório das potencialidades da

plataforma do YouTube™, onde se encontra os vídeos dos eventos em estudo, conforme exemplo abaixo (QUADRO 10).

A revisão da literatura é a primeira das técnicas. Entendida por Bardin (1994) como um conjunto de operações para facilitar a compreensão dos documentos a partir de uma representação diferente.

QUADRO 10- ESTRATEGIA BIBLIOGRAFICA ADOTADA NA PESQUISA

Objetivo Específico	Temas Relacionados	Referencial	Metodologia	Método
Investigar a existência de um padrão do ciclo de vida da informação aplicada a evento científico.	Informação	SORDI, BEAL, TARAPANOFF	Revisão de Literatura	Qualitativo
	Ciclo de vida da informação	RIBEIRO, PONJUAN, NEWMAN, FATINI, VAITSMAN		
	Modelos de gestão da informação	DAVENPORT, LIMA, SOUZA, MCGEE E PRUSAK, CHOO, BEAL		
	Vídeo como produto de informação	FREITAS, SCHIMDT, TAVARES		
Mapear as vantagens e as desvantagens das plataformas/repositórios de vídeos.	Repositórios e Tecnologias de Vídeo	REED, WASSERMAN, TOMAÉL, COSTA E LEITE	Análise documental	Qualitativo
Compreender tipos, funcionamento e produtos resultantes de um evento científico.	Evento Científico	SILVESTRIN, BOMFÁ, CAMPELLO, CENDÓN E KREMER	Caracterização do estudo de caso ou análise de ambiente	Qualitativo
Analisar o fluxo da informação dentro de um canal do YouTube TM e suas potencialidades para recuperação da informação – analisando os metadados.	Produto de informação em evento científico	BOMFÁ, SEMMENIK, KOTLER, LE COADIC, SETZER, ASSIS, SILVA, SANTOS e FREITAS, CASTELLS	Pesquisa exploratória	Qualitativo
	Representação da informação – Metadados	SILVA E SANTANCHE, FERLIN, SANTOS, FREITAS e BELLÍ	Análise das Ferramentas YouTube TM e RECIF.	
	Recuperação e armazenamento	LIMA JUNIOR, BARRETO, FIGUEREIDO, SOUZA	Análise das Ferramentas YouTube TM e RECIF.	

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

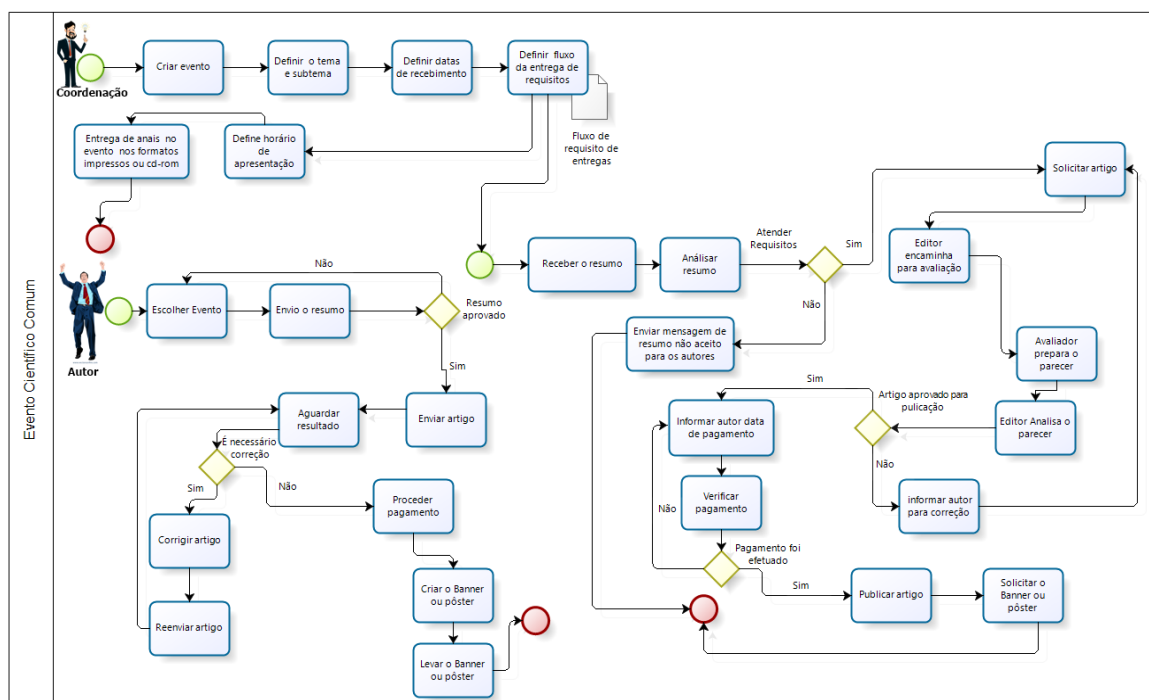
A pesquisa documental analisou os relatórios e documentos referentes aos projetos dos eventos para entender que produtos e serviços foram entregues aos participantes e qual o ciclo de vida dos vídeos gerados como produtos de informação. Dentre as técnicas de pesquisa propostas por Marconi (2005), - bibliográfica, documentação direta e indireta. Adotou-se a pesquisa em documentação direta que é caracterizada pelo autor por buscar os dados necessários no lugar onde os fenômenos acontecem e pode ser realizada em campo ou laboratório. Nesta pesquisa foi realizada em laboratório.

O último elemento do estudo de caso foi realizado uma análise de conteúdo na plataforma de armazenamento dos vídeos pôster. Trata-se de um conjunto de técnicas que objetiva analisar os campos de preenchimentos dos formulários e seus respectivos metadados.

4 RESULTADOS E POTENCIALIDADES DO VÍDEO POSTER - ESTUDO MULTICASO

A comunidade científica já contava com eventos que recebiam artigos e resumos impressos para a publicação em eventos. Esse processo de recebimento de artigos de evento científico é percebido no fluxograma (FIGURA 11).

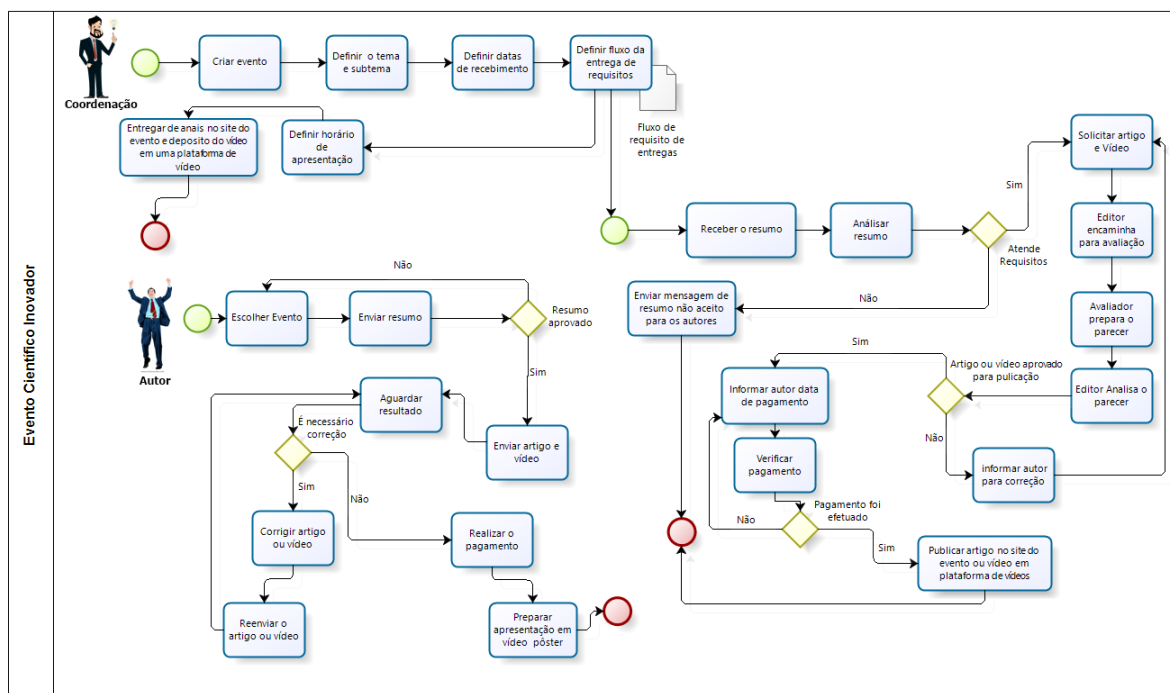
FIGURA 11- FLUXOGRAMAS DE EVENTO CIENTÍFICO TRADICIONAL



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Para facilitar o entendimento das modificações oriundas da inserção de um novo produto – vídeo pôster – em um evento, se apresenta o fluxo de vida dos produtos científicos gerados (FIGURA 12). Por tratar-se de uma inovação em eventos científicos, a inclusão de vídeo poderá substituir as sessões de pôster tradicionais – por sessões de vídeo pôster – e as sessões técnicas terão no vídeo a possibilidade de substituir apresentações formais que permitirá, por limitação do tempo de vídeo, aumentar o tempo para debate entre os pares.

FIGURA 12- FLUXOGRAMAS DE EVENTO CIENTÍFICO INOVADOR



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Os fluxos foram gerados a partir de entrevista com um gestor dos eventos que afirmou terem adotado diferentes estratégias de recebimentos dos vídeos, por exemplo, enquanto no ELECS2013 todos os autores de artigo e resumos aprovados tinham que apresentar também o vídeo pôster – no SBE16 BRASIL & PORTUGAL cabia ao autor de um artigo a decisão de enviar seu artigo completo no formato de vídeo pôster. Neste último evento somente os trabalhos aceitos com *abstract* (resumo) tinham a obrigação de serem apresentados no formato de vídeo.

Para ilustrar o estudo analisaram-se os eventos científicos ELECS2013 e SBE16 BRASIL & PORTUGAL que adotaram a estratégia de vídeo pôster. Teve como base as informações disponíveis nos portais dos eventos e seus respectivos canais do YouTube™.

4.1 Encontro Latinoamericano de Edificações e Comunidades Sustentáveis - ELECS2013

O primeiro evento do estudo é denominado Encontro Latino-americano de Edificações e Comunidades Sustentáveis (ELECS¹) que se encontra na sua sexta edição. No entanto, o estudo será do quinto encontro, realizado em Curitiba - Brasil, nos dias 21 a 24 de outubro de 2013, evento promovido pelo Programa de Pós-graduação em Construção Civil da Universidade Federal do Paraná com o tema “Repensar a cidade existente”.

4.1.1 REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DO ELECS2013

A documentação gerada no ELECS2013 permitiu observar que a coordenação do evento utilizou duas diferentes estratégias para armazenar os vídeos dos participantes deste evento – YouTube™ e Plataforma de Recuperação de Conteúdo Informacional em Filme (RECIF²).

A primeira foi baseada no YouTube™ que permitiu a criação de um canal específico de acesso livre a qualquer participante do ELECS13³, com livre acesso aos vídeos científicos (FIGURA 13).

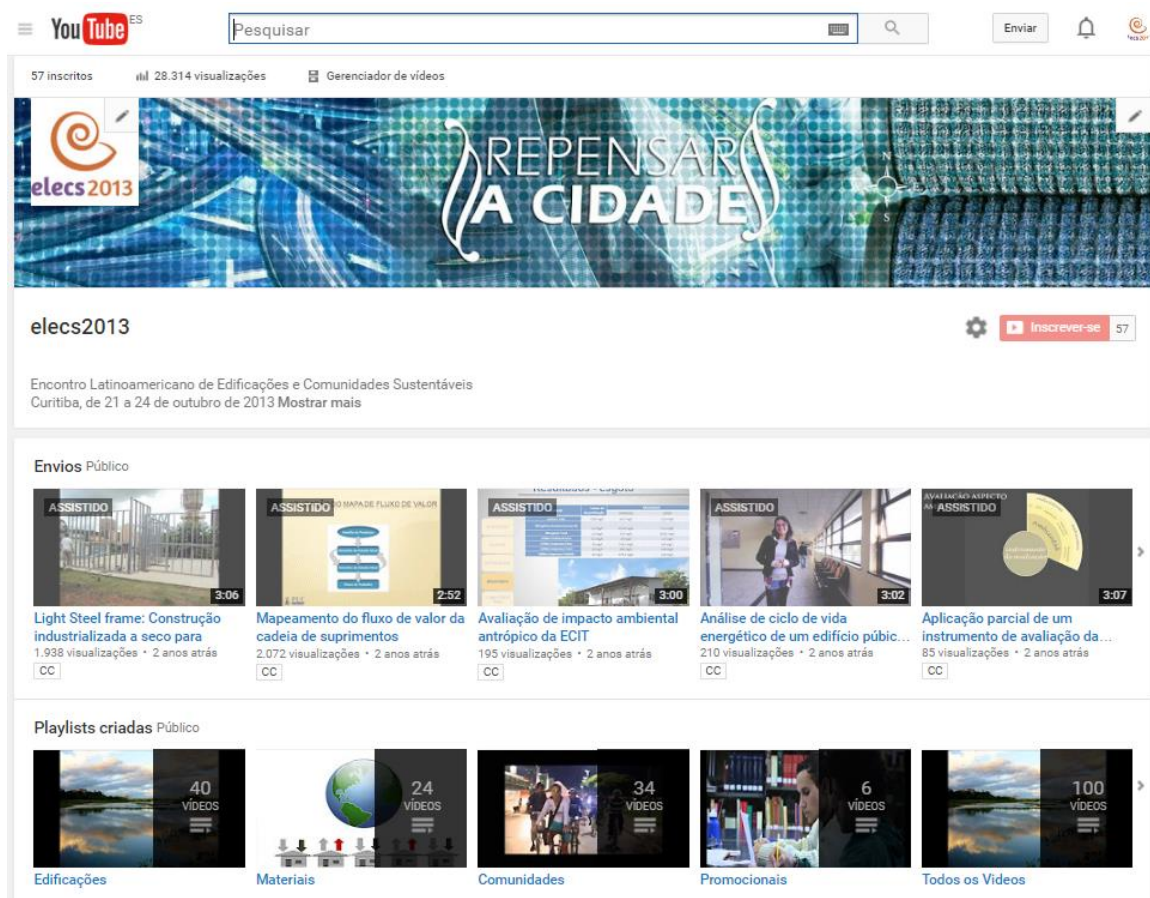
As quatro *playlists* temáticas – promoções, comunidades, materiais e edificações – deste evento foram utilizados nas sessões técnicas somente para os participantes do evento. Mas a *playlist* geral foi apresentada a comunidade Curitibana no espaço do Museu Botânico Municipal de Curitiba, durante 10 dias seguidos – de 18 a 26 de outubro de 2013. Desde a criação do canal no dia 30 janeiro de 2013 até às 15 horas do dia 16 de novembro de 2016 houve 31.250 visualizações.

¹ <http://www.elecs2013.ufpr.br>

² <http://www.recif-ufpr.net/>

³ <https://www.youtube.com/user/elecs2013>

FIGURA 13- CANAL DO ELECS2013 NO YOUTUBE™



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Além disso, na mesma época estava sendo criado um repositório de conteúdo fílmico e a coordenação adotou como uma segunda ação para divulgação no formato de *Proceedings* do evento. Isso possibilita que os idealizadores dos vídeos pudessem registrar no seu currículo outro tipo de produção a partir da mesma pesquisa (FIGURA 14).

FIGURA 14- SITE DO RECIF

Fonte: Martinez (2014)

No caso, dessa plataforma RECIF, Martinez (2014) apresenta no (QUADRO 11) o ranking dos cinco países que mais visitaram o site – pós-evento.

QUADRO 11- TOP 5 PAÍSES VISITANTES AO RECIF

	Países	Páginas	Hits
	BRASIL	4945	35177
	China	3001	29103
	United States	2629	24695
	France	965	6845
	Germany	241	299

Fonte: Martinez (2014)

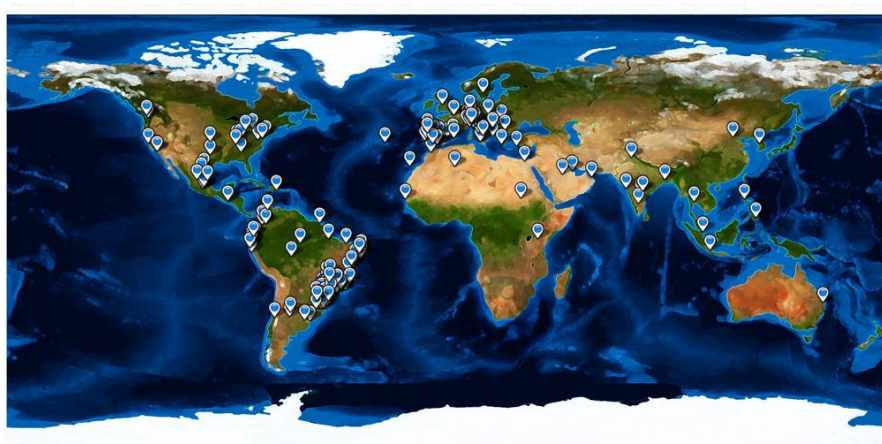
As (FIGURA 15 e 16) apresentam respectivamente os acessos à plataforma em nível mundial logo após o evento até 2014 seguida do acesso até presente data.

FIGURA 15- 2014 – MAPA COM OS ACESSOS À PLATAFORMA RECIF



Fonte: Martinez (2014)

FIGURA 16- 2016 - MAPA COM OS ACESSOS À PLATAFORMA RECIF



Fonte: Site RECIF (2016)

Observa-se pelo mapa que a plataforma/vídeo obteve alcance mundial, dado que no ELECS2013 os gestores pagaram pela tradução com legenda dos vídeos para o inglês e espanhol.

4.1.2 ANÁLISE E PROGRESSÃO DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL YOUTUBE™ DO ELECS2013

Apresenta o tratamento e a análise dos dados realizada a partir da documentação encontrada no ELECS2013, foram realizadas investigado as técnicas de confecção dos videos, o número de visitas e interação com os vídeos.

O (QUADRO 12) lista as técnicas utilizadas na confecção dos vídeos – *powerpoint* é a técnica mais utilizada para confecção dos videos.

QUADRO 12- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFECÇÃO DOS VÍDEOS

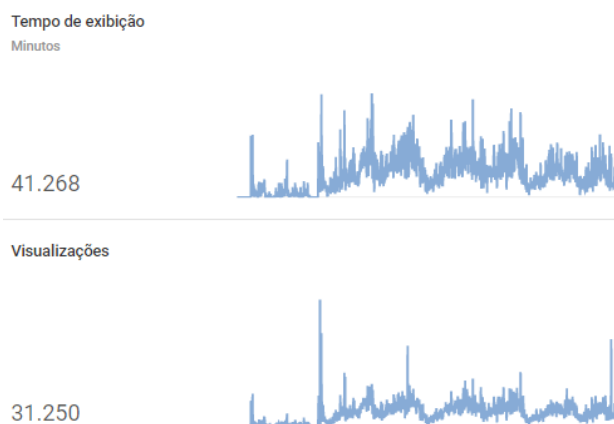
Técnica	Promocionais	Materiais	Comunidades	Edificações	Total
Powerpoint	1	14	22	24	61
Animações	1			3	4
Video Gravacao	2	8	10	13	33
Aula gravada	2	2	2	1	7
Total	6	24	34	41	105

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Esta seção apresenta ainda os resultados encontrados a partir da análise dos dados gerados pelo canal do ELECS 2013 no YouTube™, desde o dia de sua criação em 30 de Janeiro de 2013 até às 15 horas do dia 16 de novembro de 2016 houve 31.250 visualizações para obter essa análise, utilizou-se da ferramenta disponível dentro do YouTube™, o *analytics* para apresentar os resultados:

A Figura 17 mostra o tempo de exibição em minutos e visualização de vídeos, vistos até às 15 horas do dia 16 de novembro de 2016.

FIGURA 17- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFECÇÃO DOS VÍDEOS



Fonte: Analytics YouTube™

A Figura 18 apresenta os países que mais tiveram acesso, gênero que mais acessou origens de tráfego das pesquisas realizadas e locais de reprodução de vídeos. O YouTube™ mostra a visão geral de acessos por datas específicos, minutos assistidos.

FIGURA 18- LOCAIS, GÊNERO QUE MAIS ACESSOU, ORIGENS DE TRÁFEGO PARA EXIBIÇÃO E LOCAIS DE REPRODUÇÃO DOS VÍDEOS DO CANAL DO ELECS2013



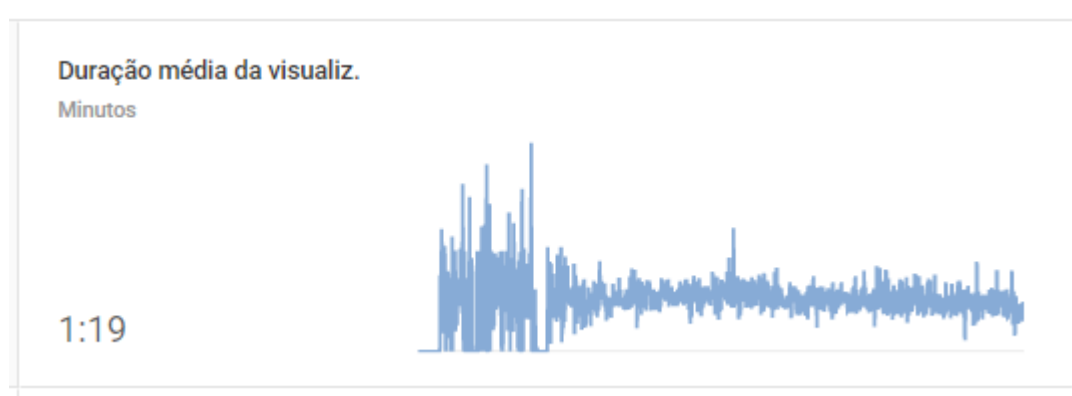
Fonte: Analytics YouTube™

A Figura 19 apresenta os 10 (dez) vídeos mais vistos do canal ELECS2013, visualizados até às 15 horas do dia 16 de novembro de 2016. Dos 100 vídeos disponibilizados 8,0% dos acessos são do vídeo “*Light Steel frame: Construção industrializada a seco para habitação Popular - Práticas sustentáveis*”.

FIGURA 19- VÍDEOS MAIS VISTOS NO CANAL DO ELECS2013 E TEMPO DE VÍDEOS EM MINUTOS

Os 10 maiores vídeos Procurar em todo o conteúdo

Vídeo	↓ Tempo de exibição (minutos)	↓ Visualizações
Light Steel frame: Construção indus...	3.286 8,0%	2.063 6,6%
Níveis de iluminância em escritório ...	2.710 6,6%	2.259 7,2%
Teor de ligantes, tipos de cimento e ...	2.671 6,5%	1.462 4,7%
Dimensionamento e comissioname...	1.948 4,7%	1.478 4,7%
Mapeamento do fluxo de valor da c...	1.867 4,5%	2.245 7,2%
A construção sustentável como alte...	1.773 4,3%	1.022 3,3%
Técnicas hidráulicas incas	1.722 4,2%	1.126 3,6%
Influência da variação de absorbânc...	1.638 4,0%	1.304 4,2%
Carta Bioclimática para Localidade ...	1.411 3,4%	826 2,6%
Violino feito de Sapato	1.344 3,3%	900 2,9%



Fonte: Analytics YouTube™

A visualização destes vídeos contou com o fato de possuir tradução das descrições dos vídeos para duas línguas (inglês e espanhol), utilizando a legenda nos vídeos onde se colocaram as traduções do que se está apresentando no vídeo ou bem a informação apresentada nos slides, conforme o caso. As legendas apresentam seu conteúdo para um público maior, inclusive espectadores com surdez ou com deficiência auditiva ou pessoas que falam outros idiomas.

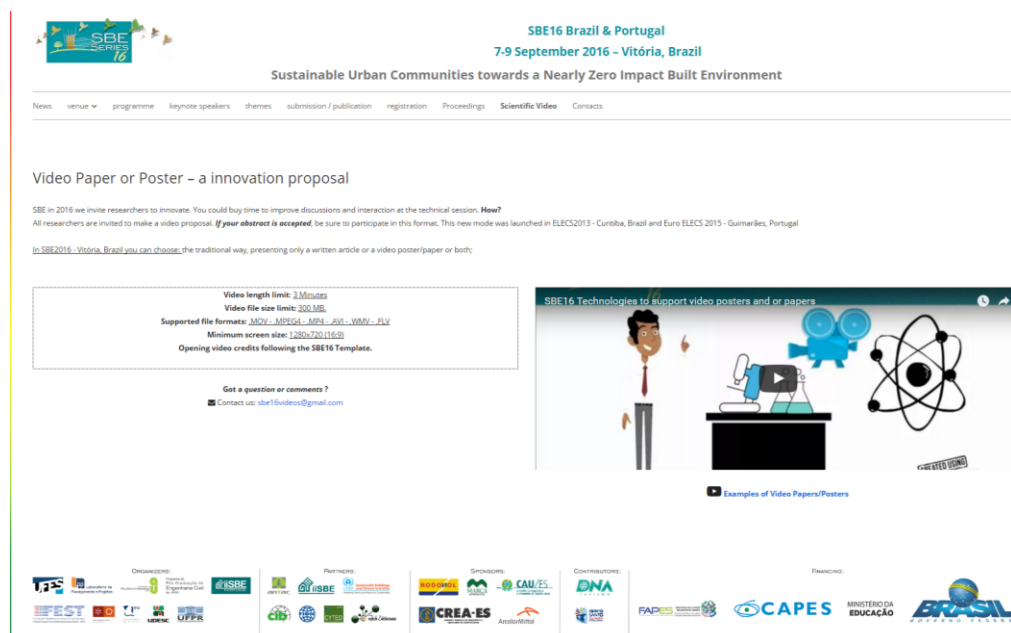
4.2 International Sustainable Built Environment Conference Series - SBE16 Brasil & Portugal

O segundo evento estudo foi à primeira conferência da série *International Sustainable Built Environment Conference Series* (SBE⁴) Brasil & Portugal (em português: série internacional de conferência sobre sustentabilidade em ambiente construído), realizado em Vitória capital do Espírito Santo, Brasil, nos dias 7 a 9 de setembro de 2016, SBE16 BRASIL & PORTUGAL- evento promovido no Brasil pela Universidade Federal do Espírito Santo e em Portugal pela Universidade do Minho.

4.2.1 REPOSITÓRIOS DE VÍDEOS DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL

O evento utilizou um portal *web* e o YouTube™ como estratégia para armazenar os vídeos dos participantes do evento (FIGURA 20).

FIGURA 20- PORTAL SBE16 BRASIL & PORTUGAL

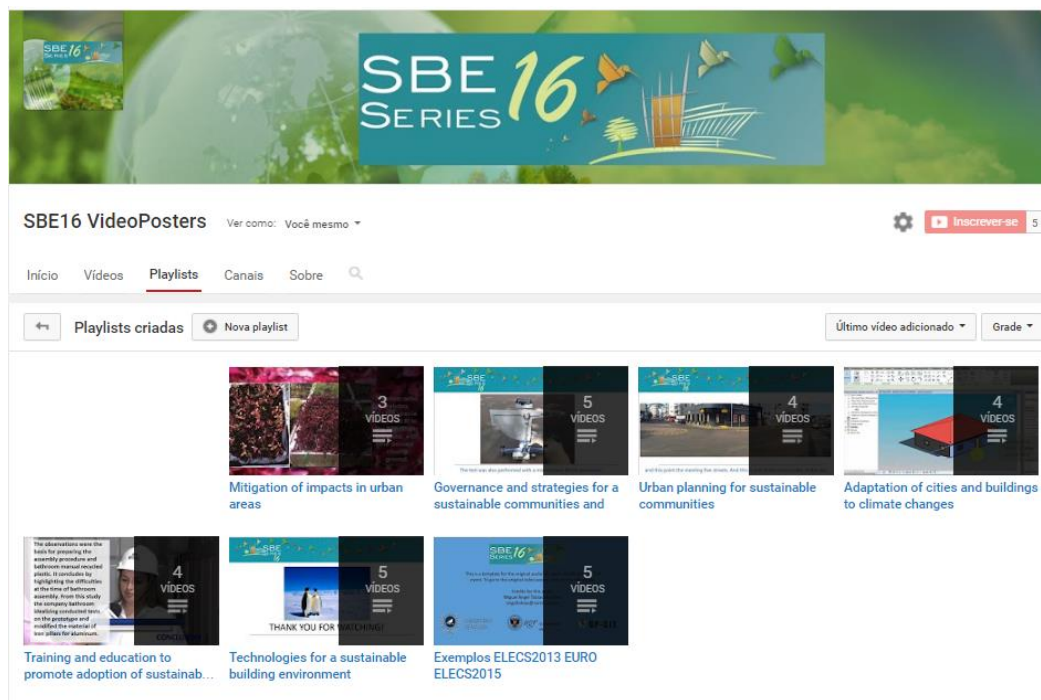


Fonte: Elaborado pelo Autor (2016)

⁴ <http://www.sbe-series.org/sbe-16/vitoria/overview/>

Estratégia principal para armazenamento dos vídeos foi baseada no YouTube™. Criou-se um canal para o SBE16 BRASIL & PORTUGAL específico de acesso livre a qualquer pessoa (FIGURA 21).

FIGURA 21- CANAL DO SBE NO YOUTUBE™



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

As playlists temáticas (7) – *Mitigation of impacts in urban areas* (em português mitigação dos impactos em áreas urbanas), *Governance and strategies for a sustainable communities and built environment* (em português governança e estratégias por comunidades sustentáveis e ambiente construído), *Urban planning for sustainable communities* (em português planejamento urbano para as comunidades sustentáveis), *Adaptation of cities and buildings to climate changes* (em português adaptação de cidades e edifícios às mudanças climáticas), *Training and education to promote adoption of sustainable approaches* (Em português treinamento e educação para promover a adoção de abordagens sustentáveis) *Technologies for a sustainable building environment* (em português tecnologias para um ambiente sustentável de construção) e exemplos ELECS2013-EUROELECS2015 – No SBE16 BRASIL & PORTUGAL foram utilizadas sessões técnicas somente para os participantes do evento. Desde sua criação no dia 18 de

fevereiro de 2016 o canal já recebeu 1695 visualizações, número esse retirado do canal às 15 horas do dia 16 de novembro de 2016.

No SBE16 BRASIL & PORTUGAL, os trabalhos que tinham os resumos e os artigos aprovados podiam escolher se depositariam o vídeo no canal. Além disso, a coordenação do evento adotou como uma segunda ação para divulgação dos vídeos no formato de *Proceedings* conferência. Isso possibilita que os idealizadores dos vídeos pudessem registrar no seu currículo outro tipo de produção a partir da mesma pesquisa e também os melhores trabalhos submetidos e apresentados na conferência foram indicados para publicação em revistas científicas como a Revista Internacional de Tecnologia de Construção Sustentável e Desenvolvimento Urbano (indexada na base de revistas e artigos *Scopus*; ISSN: 2093-761X impressão; ISSN: 2093-7628 Online;) e Revista Sustentabilidade (cadastradas na base de revistas e artigos *Thomson-Reuters Web of Science e Scopus*; ISSN 2071-1050; CODEN: SUSTDE). (SBE2016).

4.2.2 ANÁLISE E PROGRESSÃO DE VISUALIZAÇÕES NO CANAL YOUTUBE™ DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL

Apresenta o tratamento e a análise dos dados realizada a partir da documentação encontrada no SBE16, foram realizadas investigadas as técnicas de confecção dos videos, o número de visitas e interação com vídeo.

O (QUADRO 13) lista as técnicas utilizadas na confecção dos vídeos – *powerpoint* é a técnica mais utilizada para confecção dos videos.

QUADRO 13- TÉCNICAS UTILIZADAS NA CONFECÇÃO DOS VÍDEOS DO SBE16

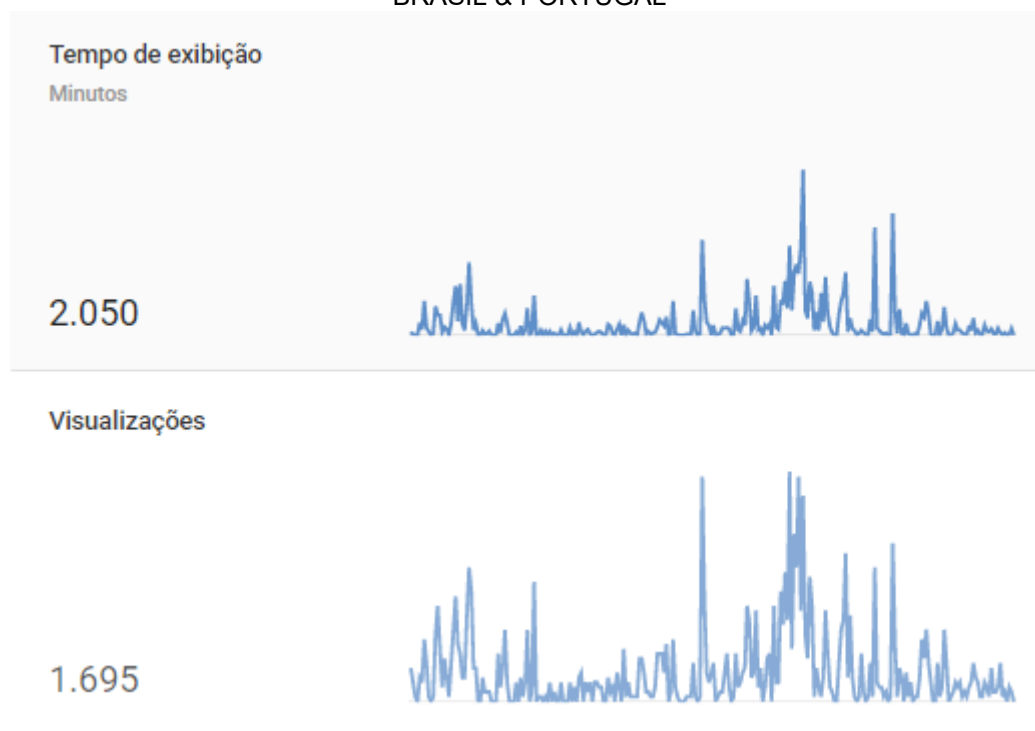
Play Lists	Técnicas				
	Powerpoint	Animações	Video Gravacao	Aula gravada	Total Play List
Mitigação dos impactos em áreas urbanas	0	2	2	0	4
Governança e estratégias por comunidades sustentáveis e ambiente construído	5	0	0	0	5
Planejamento urbano para as comunidades sustentáveis	2	2	0	0	4
Adaptação de cidades e edifícios às mudanças climáticas	2	1	1	0	4
Treinamento e educação para promover a adoção de abordagens sustentáveis	0	2	0	1	3
Tecnologias para um ambiente sustentável de construção	5	0	0	0	5
Exemplos ELECS2013-EUROELECS2015	1	2	2	0	5
Total Geral	15	9	5	1	30

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Esta seção será responsável por apresentar os resultados encontrados a partir da análise dos dados gerados pelo canal do SBE16 BRASIL & PORTUGAL no YouTube™ desde o dia de sua criação em 18 de Fevereiro de 2016 até às 16 horas do dia 16 de novembro de 2016, utilizou-se da ferramenta disponível dentro do YouTube™, o *analytics* para apresentar os resultados:

A (FIGURA 22) apresenta o tempo de exibição em minutos e visualização de vídeos.

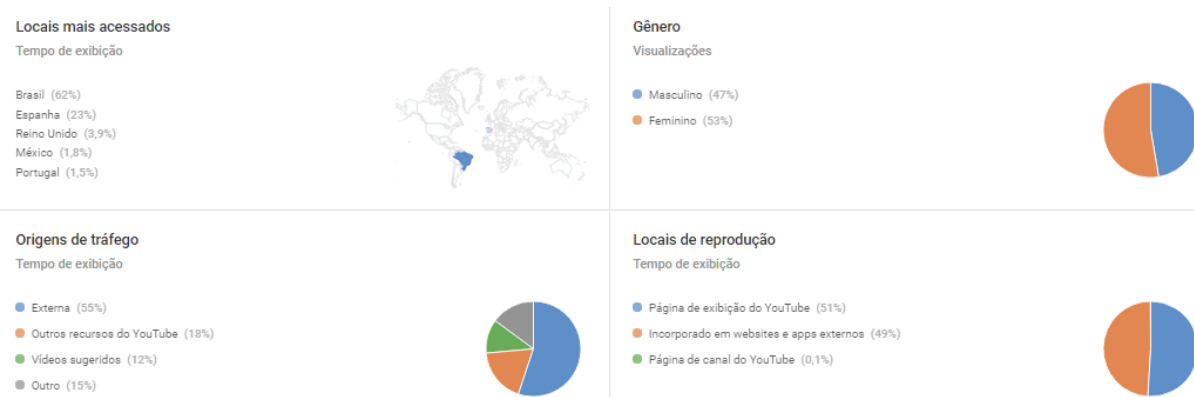
FIGURA 22- TEMPO DE EXIBIÇÃO E VISUALIZAÇÕES DOS VÍDEOS NO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL



Fonte: Analytics YouTube™

Na (FIGURA 23) tem-se as informações demográficas dos países que acessaram os vídeos, gênero, localização e origem de tráfego. O YouTube™ mostra a visão geral de acessos por datas específicos, minutos assistidos, totais de ganhos estimados quando se habilita essa ação.

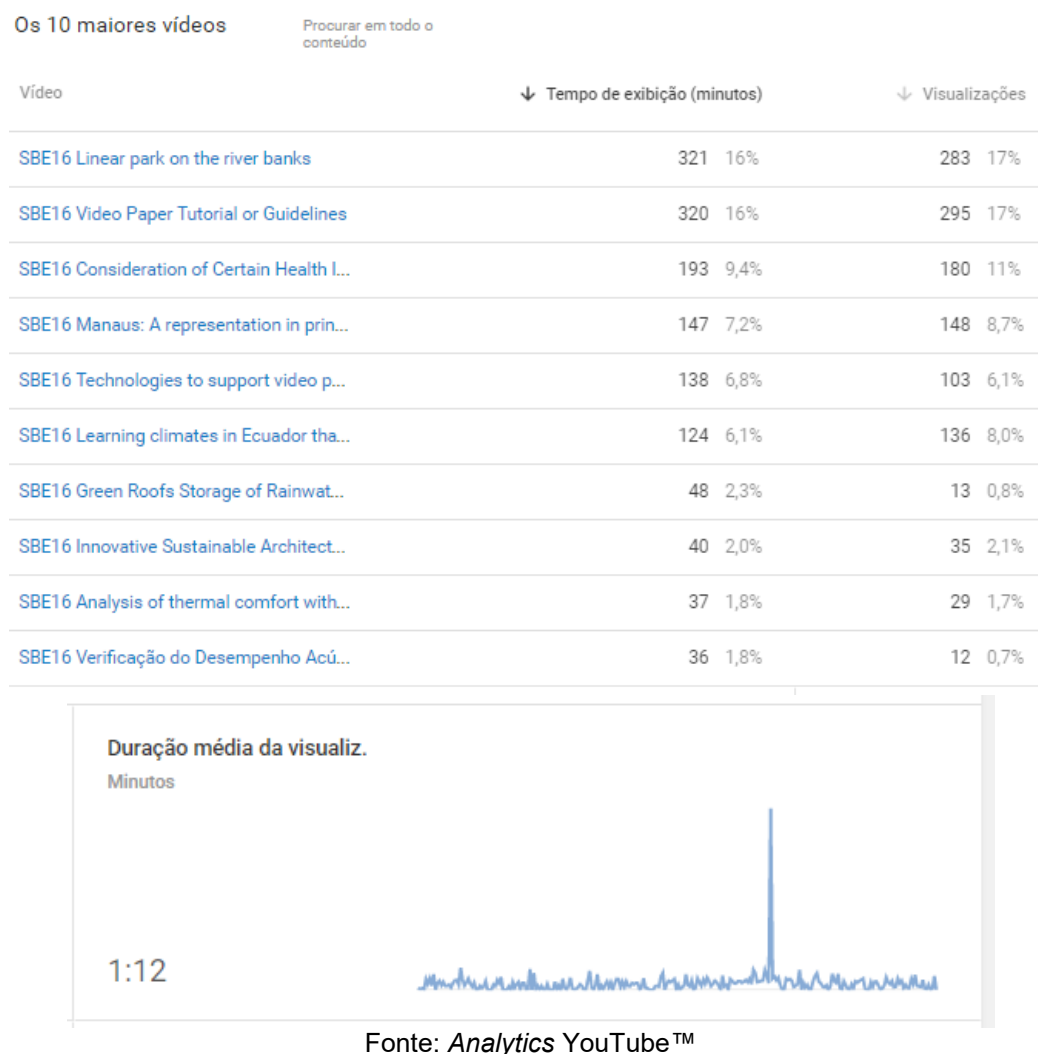
FIGURA 23- LOCAIS MAIS ACESSADOS, GÊNERO QUE MAIS ACESSOU, ORIGENS DE TRÁFEGO PARA EXIBIÇÃO E LOCAIS DE REPRODUÇÃO DOS VÍDEOS DO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL



Fonte: Analytics YouTube™

Na (FIGURA 24) encontram-se os 10(dez) vídeos mais vistos do canal SBE, visualizados até às 14 horas do dia 27 de outubro de 2016. Dos 100 vídeos disponibilizados 16% dos acessos são do vídeo “*SBE16 BRASIL & PORTUGAL Linear park on the river banks*”.

FIGURA 24- VÍDEOS MAIS VISTOS NO CANAL DO SBE16 BRASIL & PORTUGAL E TEMPO DE VÍDEOS EM MINUTOS



4.3 Avaliação dos Resultados e Necessidades identificadas

Os resultados encontrados a partir do desenvolvimento desta pesquisa podem contribuir para estabelecer padrões para o processo de divulgação científica em multimídia com ênfase na visualização e análise de informações dos vídeos pôsteres. Ainda que a aceitação dos vídeos tenha aumentado e se tornado representativa, fato evidenciado ao verificar que desde sua criação o canal ELECS2013 registrou 31250 visualizações e que SBE16 BRASIL & PORTUGAL desde sua criação o canal teve 1695 visualizações, busca-se ainda melhorias no processo para que esses números continuem subindo e difundindo ainda mais as pesquisas científicas para a população externas as instituições de ensino superior.

4.3.1 ROTEIRO PARA CRIAÇÃO DO CANAL NO YOUTUBE™

Nota-se a partir dos dois eventos que uma etapa importante é a criação do Canal no YouTube™, sendo que este tem determinado nuances que devem ser observadas pelo Gestor do Evento. A gestão de vídeo científico no YouTube™ oferece certa complexidade por ser a plataforma de uso generalista para todo e qualquer tipo de vídeo, tais como:

- Direitos Autorais: os autores dos vídeos receberam entre outras orientações uma em que assumiam os direitos autorais dos vídeos e os liberava para ser de livre acesso. Observando ainda o uso de imagens, músicas pessoais e vídeos de terceiros (ANEXO A).
- Geração do vídeo: a tecnologia para geração do vídeo, imagens, músicas e outras orientações também enviadas aos participantes (ANEXO B).
- Legenda: para adicionar as legendas aos vídeos há a possibilidade de recorrer-se à opção “Arquivo de legenda” que se trata de um arquivo que contém o texto e os códigos de tempo para a exibição de cada linha de texto. Além disso, podem incluir informação sobre posição e estilo, trazendo conceito de inclusão, no caso surdez ou com deficiência auditiva. Os Arquivos de legendas e transcrições podem

incorporar descrições de áudio, como [música] ou (aplausos) para identificar os sons de fundo (Freitas 2015, et al).

Parte-se destas observações e das colocações do gestor para gerar o seguinte roteiro de criação do canal. Os vídeos devem ser carregados de acordo aos passos estabelecidos pelo YouTube™, seguindo o modelo de Freitas 2015 et. al:

Cria-se uma conta no na plataforma, a qual tem que ter um identificador, o qual foi especificado como o Canal com nome ELECS2013 ou SBE16 Brasil & Portugal. Uma vez criado o Canal e feito o “login” no YouTube™, a seguir as etapas para carregar os vídeos:

1. Clique-se no botão “Enviar” na parte inferior da página do lado direito;
2. Seleciona-se os vídeos em seu computador os vídeos que se deseja enviar, o mesmo tem que ser no formato MP4 padrão da plataforma;
3. Escolher as configurações de privacidade do vídeo, durante o carregamento, é possível adicionar informações (por exemplo: título, descrição, tags), alterar suas configurações de privacidade, adicionar o vídeo a uma *playlist*, escolher uma foto personalizada ou decidir se é desejado postar o vídeo no Google+ ou Twitter. Pode-se também editar as informações básicas e as configurações avançadas do vídeo e decidir se deseja notificar os inscritos (se desmarcar essa opção, nenhuma comunicação será compartilhada com os inscritos), depois click no botão enviar;
4. Uma vez realizada às alterações desejadas nas configurações e nas informações sobre o vídeo se clica em “Publicar” para concluir o envio ao YouTube™. A ferramenta possui também outra forma para publicar os vídeos, por meio de seu “Gerenciador de vídeos”. Ao definir a configuração de privacidade como “Particular” ou “Não Listada”, devesse clicar em “Concluído” para finalizar o envio ou no botão “Compartilhar” para disponibilizar o seu vídeo como particular.

Ao termino do processo de envio dos vídeos, o YouTube™ envia um e-mail noticiando sobre a conclusão do processo de edição do vídeo, desta maneira já se pode encaminhar esse e-mail para os inscritos no canal, facilitando o compartilhamento dos vídeos.

Para adicionar arquivos de legendas ou transcrições faz-se necessários os seguintes passos na interface do YouTube™:

1. Procura-se o Gerenciador de vídeos e click no menu suspenso ao lado do botão "Editar" do vídeo onde se adicionaram as legendas;
2. Selecione a opção "Legendas". Neste caso se optou pelos Arquivos SRT, ou conhecidos como SubRip, estes são apenas as versões básicas que são suportadas - nenhuma informação de estilo (marcação) é reconhecida.
3. Senão ainda não realizou em seu canal a opção adicionar legenda, clique no botão "Adicionar legendas". Ou, se já adicionou uma legenda, clique no botão "Adicionar uma nova faixa".

Para auxiliar no gerenciar dos vídeos dentro do YouTube™ foi criado um documento que orienta como criar uma conta Google, "Criar um Canal de vídeos", Preencher as guias de apresentação do vídeo e Configurações do Canal (APENDICE C).

No ELECS2013, todos os vídeos foram enviados para a coordenação que tinham uma equipe responsável pela avaliação e posterior depósito no YouTube™. No preenchimento dos formulários de cada, a Coordenação reconhece que alguns cuidados não foram tomados na época, tais como: detalhes como metadados (*tags*), informações de autoria, resumo, acesso ao artigo completo entre outros não foram inseridos.

No SBE16 Brasil & Portugal estes itens foram observados e alguns corrigidos. No entanto, cabe a esta pesquisa orientar também que metadados facilitam o processo de recuperação dos vídeos na hora da busca por qualquer usuário.

4.3.2 ROTEIRO PARA PREENCHIMENTO FORMULARIO E METADADOS DE VÍDEO CIENTIFICO NO CANAL DO YOUTUBE™

A análise do formato e metadados de armazenamento na plataforma e observação da inexistência de ferramenta de busca e recuperação do vídeo no canal do YouTube™ dos dois eventos permitiu identificar necessidades que podem transformar positivamente o ambiente informacional estudado.

Para nortear o estudo que ocorreu diretamente no canal do ELECS2013 utilizou-se as pesquisas de Ferlin (2009) e (SANTOS; FREITAS; BELLÍ, 2014). Tem-

se como conclusão a necessidade da criação de outros metadados a serem inseridos em todos os vídeos:

- sigla do evento
- sigla da instituição promotora do evento
- cidade onde foi realizado o evento
- sigla da instituição do autor principal
- nome do primeiro autor
- palavras chave do resumo.

Após esta definição tem-se a seguir o roteiro de preenchimento do formulário do canal do YouTube™ que é composto de três etapas.

Inicia-se com o preenchimento da guia com informações básicas: Título o YouTube™ restringe o título a 99 Caracteres, as *tags* seguintes seriam nome abreviado da subárea do vídeo e as palavras chaves determinadas pelo autor no artigo principal (FIGURA 25).

FIGURA 25- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA DADOS BÁSICOS DE VÍDEO

[ELECS2013] Estudo comparativo entre argamassas de revestimento com agregado r... Cancelar Salvar alterações

INFORMAÇÕES DO VÍDEO

Canal: elecs2013

Tempo de envio: 14 de novembro de 2013 23:09

Duração: 2:53

Arquivo Raw: 23_MAT_Sala103_80_Estudo comparativo entre argamas

Visualizações: 365

Gostei: 0

Não gostam: 0

Comentários: 0

URL do vídeo: <https://youtu.be/cVMPeNT8b4Y>

Informações básicas Traduções Monetização Configurações avançadas

[ELECS2013] Estudo comparativo entre argamassas de revestimento c

ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ARGAMASSAS DE REVESTIMENTO COM AGREGADO RECICLADO DE RCD E COM AGREGADO DE BRITAGEM

ELECS 2013 x ELECS x encontro LATINOAMERI... x

EDIFICAÇÕES E COMUN... x Argamassas x

Agregado reciclado x Resíduo de construção e.. x

Agregado de britagem x Recycled aggregate x Mortars x

crushing aggregate. x

Cancelar Salvar alterações

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

No campo descrição será inserido: Título original do artigo, autores, nome do evento, cidade, ano do evento, instituição, Grupo ou programa que está vinculado o trabalho e resumo ou *abstract* – *link* para o artigo nos anais quando esse for digital. Os demais campos serão determinados pelo gestor do evento e inseridos igualmente para todos os vídeos participantes do evento.

A (FIGURA 26) mostra a guia traduções foram traduzidos os campos título do vídeo, descrição e palavras chaves.

FIGURA 26- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA TRADUÇÕES DE VIDEO

[ELECS2013] Estudo comparativo entre argamassas de revestimento com agregado r...

Cancelar Salvar alterações

INFORMAÇÕES DO VIDEO

Canal: elecs2013

Tempo de envio: 14 de novembro de 2013 23:09

Duração: 2:53

Arquivo Raw: 23_MAT_Sala103_80_Estudo comparativo entre argamas

Visualizações: 365

Gostei: 0

Não gostam: 0

Comentários: 0

URL do vídeo: https://youtu.be/cVMPeNT8b4Y

Miniatura personalizada

O tamanho máximo do arquivo é 2 MB.

Informações básicas Traduções Monetização Configurações avançadas

Idioma original

Português

Traduzir para (1)

Inglês (Estados Unidos)

[ELECS2013] Estudo comparativo entre argamassas de revestimento com

ESTUDO COMPARATIVO ENTRE ARGAMASSAS DE REVESTIMENTO COM AGREGADO RECICLADO DE RCD E COM AGREGADO DE BRITAGEM

Lidiane Fernanda Jochem (1)
Janaide Cavalcante Rocha (2)
Márcio Chaves (3)

[ELECS2013] COMPARATIVE STUDY OF COATING MORTAR WITH RECYCLED

COMPARATIVE STUDY OF COATING MORTAR WITH RECYCLED AGGREGATE OF RCD AND CRUSHING AGGREGATE

Abstract: The construction and demolition waste, CDW, are materials that through adequate treatment has potential for use as recycled aggregate in engineering works. A fine fraction of recycled aggregates, have a very effective potential for use in mortar in a partial replacement for natural sand, and also contribute to the development of sustainable...

Contrate tradução profissional

Comprar tradução (BETA)

Cancelar Salvar alterações


Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Na (FIGURA 27) mostra a guia configurações avançadas nesta guia tem os seguintes campos a serem preenchidos: Permitir que os usuários do vídeo postem ou visualizem os comentários, as classificações, os direitos autorais do vídeo um exemplo é a licença *Creative Commons* (em português: criação comum) é um projeto sem fins lucrativos que disponibiliza licenças flexíveis e padronizadas para gestão aberta, livre e compartilhada de conteúdos e informação para obras

intelectuais (INPI 2010), distribuição, certificação da legenda, opções de distribuição, restrição de idade, categorias neste caso foi escolhido à categoria ciência e tecnologia, local de vídeo, idioma do vídeo e contribuições comunitárias.

FIGURA 27- ELECS2013 YOUTUBE™ PARA CONFIGURAÇÕES AVANÇADAS DE VIDEO

[ELECS2013] Estudo comparativo entre argamassas de revestimento com agregado r... Cancelar Salvar alterações



INFORMAÇÕES DO VIDEO

Canal: elecs2013

Tempo de envio: 14 de novembro de 2013 23:09

Duração: 2:53

Arquivo Raw: 23_MAT_Sala103_80_Estudo comparativo entre argamas

Visualizações: 365

Gostei: 0

Não gostam: 0

Comentários: 0

URL do vídeo: <https://youtu.be/cVMPeNT8b4Y>

Miniatura personalizada

O tamanho máximo do arquivo é 2 MB.

Informações básicas Traduções Monetização **Configurações avançadas**

Comentários

☒ Permitir comentários

Mostrar: Todos

Classificar por: Principais comentários

☒ Os usuários podem visualizar as classificações deste vídeo

Licença e propriedade de direitos

Creative Commons - Atribuição

Distribuição

☒ Em todo lugar
Disponibilize este vídeo em todas as plataformas

☐ Plataformas monetizadas
Disponibilize este vídeo apenas em plataformas de monetização

Certificação de legenda

Selecione um

Opções de distribuição

☒ Permitir incorporação

☒ Notificar inscritos

Restrições de idade

☐ Ativar restrição de idade

Categoria

Ciência e tecnologia

Local do vídeo

Pesquisável em vídeos públicos: Saiba mais

Pesquisar

Idioma do vídeo

Português

Contribuições comunitárias

☒ Permitir que espectadores contribuam com legendas e legendas ocultas

Data da gravação

10 de setembro de 2013 Hoje

Estatísticas do vídeo

☒ Tornar as estatísticas de vídeo na página de exibição visíveis ao público

Vídeo 3D

☐ Este vídeo é em 3D Side by side: Left video on the left side

Declaração de conteúdo

☐ Este vídeo contém uma colocação paga de produto ou endosso

Cancelar Salvar alterações

Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Uma vez preenchidos todo o campo do vídeo, criou-se um motor de recuperação dos vídeos dentro do próprio canal ELECS2013 (FIGURA 28 e 29) para facilitar aos participantes do evento a recuperar seus vídeos.

FIGURA 28- MOTOR DE BUSCA DENTRO DO CANAL ELECS, ANTES DE EFETUAR CLICK



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Essa opção serve para que usuários do canal realizem buscas dos vídeos dentro canal do ELECS2013.

FIGURA 29- MOTOR DE BUSCA DENTRO DO CANAL ELECS, DEPOIS DE EFETUAR CLICK



Fonte: Elaborado pelo Autor (2016).

Finalmente, a proposta desta pesquisa é que sejam superadas as dificuldades no ciclo de vida do vídeo pôster como um produto de informação conforme apresentado no (QUADRO 14).

QUADRO 14 –CICLO DE VIDA NO VIDEO NA PLATAFORMA DO YOUTUBE™

Ponjuán Dante	Solução Proposta
Geração	Roteiro para criação do canal e atendimento dos critérios de geração do vídeo.
Seleção	Sistematização a partir do tempo máximo – direitos autorais entre outros.
Representação	Preenchimento dos metadados
Armazenamento	Organização das playlist
Recuperação	Criação do motor de busca
Distribuição	Livre
Uso	Educação, evento, estudos, pesquisa, etc.

Fonte: Adaptado de Ponjuán Dante (1998).

Os canais do ELECS2013 e do SBE16 BRASIL & PORTUGAL vem se tornando canais promissores na comunicação científica, os dados apresentados evidenciam quanto à importância de promover e disseminar as informações científicas por meio de vídeo pôsteres.

Embora se precise de muito esforço e trabalho para o gerenciamento dos vídeos, olhando os dados de interação dos vídeos mostram-se pequenos, mas esses dados são suscetíveis à mudança através de uma melhor automatização do processo. Para assegurar ainda mais a fidedignidade e veracidade dos conteúdos científicos gerados, recomenda-se que os vídeos tenham informações contendo autoria, referências, data de publicação, endereço de contato do autor e outras, para que o seu conteúdo seja classificado como confiável.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os produtos resultantes dos eventos científicos, assim como os demais produtos de informação científica, passam por transformações, como por exemplo, os anais de eventos, que primeiramente eram impressos, passaram para o formato de CD-ROM e agora são em formato eletrônico e disponibilizados na Internet. Há expectativa que o pôster científico, de impresso em lona, papel ou tecido, passe ao modelo de vídeo científico.

Conclui-se que o objetivo geral foi alcançado, pois a partir da presente pesquisa é possível demonstrar de forma explícita o resultado da generalização analítica, contribuindo para refinar e desenvolver um estudo que servirá como um padrão para se comparar o gerenciamento de vídeos em plataformas de vídeos.

Além disso, outros elementos como deficiências no processo de gestão da informação, as limitações do método aplicado advêm do fato que é uma área de pesquisa pouco estudada, com poucas obras publicadas no país e até mesmo no exterior. Houve também restrições no número de eventos estudados; porém, verificaram-se situações diversas de aplicações futuras sobre o tema.

Na próxima seção é apresentada a estrutura de como os objetivos específicos propostos foram apresentados na presente pesquisa.

5.2 Resultados frente aos objetivos

Os objetivos específicos foram atendidos nas etapas descritas a seguir:

A revisão de literatura e os estudos bibliográficos visando investigar a existência de um padrão do ciclo de vida da informação aplicada a evento científico foi devidamente concluído e apresentado no Capítulo 2. No Quadro 3, do mesmo capítulo, consta o resultado do segundo objetivo específico desta pesquisa, o qual apresenta a análise das vantagens e das desvantagens de dezoito plataformas/repositórios de vídeos. O Capítulo 3 apresenta os aspectos metodológicos utilizados para o desenvolvimento da pesquisa, incluindo a sua caracterização e o ambiente.

O terceiro objetivo específico deste trabalho foi atingido no Capítulo 4 com a criação dos fluxos dos de informação e último objetivo específico, foi concluído nos itens: 4.1 que descreve o evento ELECS2013, 4.1.1 que apresenta o repositório de

vídeos do ELECS2013, 4.1.2 mostra a análise e progressão de visualizações no canal YouTubeTM ELECS2013, 4.2 mostra o evento SBE16, 4.2.1 exhibe o repositório de vídeos do SBE16, 4.2.2 mostra a análise e progressão de visualizações no canal YouTubeTM do SBE16, 4.3 mostra a avaliação das necessidades identificados nos canais de vídeos dos eventos, 4.3.1 exhibe o roteiro para criação do canal do YouTubeTM, 4.3.2 mostra o roteiro de preenchimento dos formulários e metadados dos vídeos no canal do YouTubeTM e expõe O Anexo A que exhibe Orientações dos direitos autorais para postagem dos vídeos, O anexo B que apresenta orientações para geração do vídeo, tecnologia, imagens, músicas e outras, O que Apêndice C apresenta um roteiro de como fazer o Gerenciamento de vídeos dentro do YouTubeTM. Analisando os fluxos e as potencialidades de recuperação da informação dentro dos canais dos eventos analisados, enxergou-se uma perspectiva positiva para o desenvolvimento de futuros trabalhos, contribuindo para o avanço científico dos estudos nesta temática que ainda é pouco explorada pela gestão da informação.

5.2 Sugestões de trabalhos futuros

Ainda que tenham sido encontradas dificuldades, como literatura escassa e os vídeos sem metadados delimitadas e outras descritas no decorrer do trabalho realizado, o tema abordado possui uma gama de possibilidades para novas pesquisas. Além disso, é pertinente realizar um aprofundamento em cada um dos tópicos considerados como críticos neste projeto.

Portanto, como proposta para trabalhos futuros identifica-se:

- Análise dos modelos de gerenciamento da informação focados na semiótica e folksonomia dos vídeos.
- Desenvolvimento de uma padronização para automatização na geração dos vídeos pôsteres.

A presente pesquisa pode contribuir para realizar análises de ferramentas educacionais de uso intuitivo principalmente as que utilizam de uma linguagem audiovisual, como a *Khan Academy*, *Youcourse* e outras. Para quem sabe criar uma ferramenta de comunicação e compartilhamento de conhecimento científico visando disponibilizar acesso educacional e atender cada vez mais as necessidades educacionais do Brasil. Nesse período de CRISE devemos enxergar soluções

simples, inovadoras e inteligentes, tirando a letra s da palavra CRISE, e assim gerando a palavra CRIE que vem do Latim creare, que significa “produzir, erguer” esse país chamado Brasil que tanto amamos.

5.3 Perspectiva de atuação do Gestor da informação na temática de estudo

Caberá ao Gestor da Informação melhorar suas capacidades técnicas e acadêmicas para explorar atividades atualmente inexistentes ou embrionárias. As tendências de mercado exigem cada vez mais um profissional dinâmico capaz de prever tendências sociais e tecnológicas. Ser capaz de responder a complexidade e à dinâmica de mercado e sempre trazendo novas perspectivas tendo uma visão holística para soluções de problemas que ainda nem existem. Constatou-se uma escassez de pesquisas relacionadas a vídeo pôster com a gestão da informação. O presente trabalho visa estimular o gestor da informação a explorar essas novas possibilidades de atuação disponíveis.

O currículo do curso de gestão da informação dispõe de disciplinas de diversos campos do conhecimento que permite o gestor da informação a atuar em diversas áreas. Essa formação admite um vasto campo de atuação profissional no gerenciamento das informações em qualquer ambiente organizacional seja ele autônomo formal ou acadêmico. O que faz do gestor da informação um profissional promissor no mercado atual e futuro cabem ao profissional sempre ser manter atualizado com as metamorfoses sociais que vem surgindo ao longo deste século XXI.

REFERÊNCIAS

ASSIS, W. M. de. **Metodologia para construção de produtos de informação nas organizações**. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Escola de Ciência da Informação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.

BARABANI, Marcelo. Informação demais e mal-administrada faz mal. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 de jul de 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq0307200308.htm>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A condição da informação. **São Paulo em Perspectiva**, v. 16, n. 3, p. 67-74, 2002. Disponível em < <https://goo.gl/nXw7DJ>>. Acesso em: 25 out. 2016.

BEAL, A. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2008.

BOMFÁ, Cláudia Regina Ziliotto et al. **Modelo para gestão de periódicos científicos eletrônicos com foco na promoção da visibilidade**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico. Disponível em < <https://goo.gl/nT8IBM>>. Acesso em: 16 set. 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 617 p.

CENDÓN, Beatriz Valadares. A internet. **Fontes de Informação para pesquisadores e profissionais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, p. 52-54, 2000.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. Tradução: Eliana Rocha. 2. ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

COSTA, Sely; LEITE, Fernando César Lima. Repositórios institucionais como ferramentas de gestão do conhecimento científico no ambiente acadêmico. **Perspectivas em ciência da informação**, p. 206-219, 2006.

DAVENPORT, T. **Ecologia da Informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. São Paulo: Futura, 2002

EMARKETER. **What Are Millennials Up to with Digital Video?** 2015. Disponível em: <<http://www.emarketer.com/Article/What-Millennials-Up-with-Digital-Video/1012939>>. Acesso em: 23 out. 2016.

FANTINI, S. R. **Aplicação do Gerenciamento Eletrônico de Documentos: estudo de caso de escolha de soluções**. Florianópolis, 2001. Tese de mestrado. UFSC.

FERLIN, J. **Repositório de objetos de aprendizagem para a área de informática.** UDESC, 2009.

FIGUEREIDO, Dayana Ester Andrade. **Recuperação da informação: uma análise sobre os sistemas de busca da web.** 2006. Disponível em: < <https://goo.gl/Dpxo2V>>. Acesso em: 19 out. 2016.

FREITAS, M. D. C. D., MARTINEZ, M. A. T., KUNTZ, V. H., ISHIDA, C. Y., Comunello, F., & Nunes, F. F. **VISUALIZAÇÃO E ANÁLISE DA INFORMAÇÃO CIENTÍFICA DIVULGADA NO YouTube®.** Disponível em: < <https://goo.gl/fLvLbX> >. Acesso em: 20 out. 2016.

FREITAS, M.C.D.; SCHMID, A. L.; TAVARES, S. F. Estratégia na comunicação científica na forma de vídeo pôster. In: **Teixeira, Borba. (Org.). Administração, Direito e Tecnologia: a serviço da cidadania.** 1 ed.Curitiba: Instituto Memoria, 2014, v. 1, p. 220-246.

FUJITA, Mariângela Spotti Lopes; LACRUZ, Maríadel Carmem Augustín; DÍAZ, Raquel Gómez. A situação atual da indexação nas tarefas bibliotecárias. **Perspect. Ciênc. Inf**, v. 17, n. 1, p. 98, 2012.

INPI. PARA O EMPRESÁRIO, Guia. **A CAMINHO DA INOVAÇÃO.** Disponível em: < http://www.inpi.gov.br/sobre/arquivos/guia_docente_iel-senai-e-inpi.pdf >. Acesso em: 31 out. 2016.

KOTLER, P.; KELLER, K. **Administração de marketing.** 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LANCASTER, F. W. **Indexação e resumos: teoria e prática.** Tradução de Antônio Agenor Briquet de Lemos. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LE COADIC, Y.F. **A ciência da informação.** Brasília, DF, Briquet de Lemos. 1996.

LIMA, Eduardo Lapa Jorge. Gestão da informação e as novas tecnologias de informação. In: STAREC, Claudio et. al (Org.). **Gestão Estratégica da Informação e Inteligência Competitiva.** São Paulo: Saraiva, 2008, p. 255 – 270.

LIMA JR. Walter Teixeira. **Jornalismo Inteligente na era do data mining.** Publicado na Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, ano IX – no.18, p. 119- 121, 2011. Disponível em: <<https://goo.gl/Gbwv5h>>. Acesso em: 23 out. 2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 6.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTÍNEZ, Tobias; ÁNGEL, Miguel. **Compartilhamento e colaboração de práticas educacionais abertas: recuperação de conteúdo informacional fílmico.** 2014. Disponível em: < <http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/37087>>. Acesso em: 23 out. 2016.

MCGEE, J. V.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. 12. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

NEUMAN, W. R. **Media, technology, and society: theories of media evolution**. The University of Michigan Press. USA, 2013. Disponível: http://www.wrneuman.com/nav_pub_100_586819696.pdf>. Acesso em: 22 jul. 2016.

PONJUÁN DANTE, G. **Gestión de información en las organizaciones**: principios, conceptos y aplicaciones. Santiago: CECAPI –Universidad de Chile, 1998.

Qingsong, Lin. (2012) The application of multimedia technology in web education. **Physics Procedia**, v. 33, p. 1553-1557.

REED, Jon. **Marketing online: como usar sites, blogs, redes sociais e muito mais**. Tradução Carlos Szlak. 1. ed. São Paulo: Lafonte, p.129 2012.

RIBEIRO, L. S. **Estratégia para o gerenciamento da informação organizacional em micros e pequenas empresas do comércio varejista de Curitiba**. Curitiba, UFPR, 2005.

SANTOS, Livia Regina Nogueira dos; FREITAS, Maria do Carmo Duarte; BELLÍ, Mauro José. **FILMES DE ANIMAÇÃO: MODELAGEM INFORMACIONAL PARA RECUPERAÇÃO E USO NAS PRÁTICAS DIDÁTICAS**. *Percursos*, v. 14, n. 1, p. 220-236, 2014.

SETZER, V. W. Dado, Informação, Conhecimento e Competência. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação** - n. zero dez/1999. Disponível em: < <http://www.ime.usp.br/~vwsetzer/datagrama.html> >. Acesso em: 20 set. 2016.

SEMENIK, R. J.; BAMOSSY, G. J. **Princípios do marketing: uma perspectiva global**. São Paulo: Makron Books, 1995.

SILVA, LAM; SANTANCHÈ, André. Autoria de Objetos Digitais Complexos Baseada em Documentos Através da Anotação Semântica de Conteúdo. In: **VII WTDBD-Workshop de Teses e Dissertações em Bancos de Dados**. 2008.

SILVA, R.A.; SANTOS, L. R. N., FREITAS, M. C. D. de,. **Reflexão teórica e conceitual sobre produto informacional e produto de informação**. VIII SEPROSUL – Semana de Engenharia de Produção Sul-Americana Novembro de 2008, Bento Gonçalves, Brasil.

SILVA, Rafaela Azevedo. SANTOS, Livia Regina Nogueira. FREITAS, Maria do Carmo Duarte. **Reflexão teórica e conceitual sobre produto informacional e produto de informação**. Bento Gonçalves: VIII Seprosul - Semana de Engenharia de Produção Sul-Americana. nov. 2008.

SORDI, J. O. de. **Administração da informação**: fundamentos e práticas para uma nova gestão do conhecimento. São Paulo: Saraiva, 2008.

SOUZA, Renato Rocha. **Sistemas de recuperação de informações e mecanismos de busca na web: panorama atual e tendências**: Perspect. Ciên. Inf., Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p. 161-173, maio-ago. 2006

SOUZA, Cristiane Gabriela Boesing de. **A política e o gerenciamento de informação na Oficina de Música de Curitiba: uma análise de dados**. 2015. < <http://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/41073>>. Acesso em: 22 out. 2016.

TARAPANOFF, K. **Inteligência Organizacional e Competitiva**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

TOMAÉL, Maria Inês. **Fontes de informação na Internet**. Eduel, p. 63, 2008.

VAITSMAN, H. S. **Inteligência empresarial**: atacando e defendendo. Rio de Janeiro: Interciência, 2001.

YIN R.; **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 1. ed. Porto Alegre: Bookman; 1989.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso-: Planejamento e Métodos**. Bookman editora, 2005.

WASSERMAN, Todd. **The revolution wasn't televised: The early days of YouTube**. 2015. Disponível em: < <https://goo.gl/N2MASV>>. Acesso em: 22 out. 2016.

WURMAN, R. S. **Ansiedade da Informação**. São Paulo – SP: Cultura Editores Associados, 1991.

APÊNDICES

APÊNDICE C- GERENCIAMENTO DOS VÍDEOS DENTRO DO YOUTUBE™.....	80
--	----

ANEXOS

ANEXO A- ORIENTAÇÕES DOS DIREITOS AUTORAIS DOS VÍDEOS.....	77
ANEXO B- ORIENTAÇÕES PARA GERAÇÃO DO VÍDEO, TECNOLOGIA, IMAGENS, MÚSICAS E OUTRAS.....	78

ANEXO A- ORIENTAÇÕES DOS DIREITOS AUTORAIS DOS VÍDEOS.



ENCONTRO LATINOAMERICANO
DE EDIFICAÇÕES E
COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



Curitiba (PR), 21 a 24 de Outubro de 2013.

**CESSÃO DE DIREITOS AUTORAIS
E AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO EM MEIO ELETRÔNICO**

EU, [nome completo], [nacionalidade], [estado civil], [cargo/profissão], inscrito(a) no Passaporte sob nº, pelo presente termo, autorizo o ELECS 2013, a publicar o vídeo pôster intitulado “.....”, de minha autoria, cedendo-lhe, a título gratuito e em caráter definitivo, os direitos autorais patrimoniais dela decorrentes, eximindo os organizadores do referido evento de qualquer responsabilidade jurídica perante terceiros.

Declaro que a obra cedida é de minha exclusiva autoria e que assumo, portanto, total responsabilidade pelo seu conteúdo (imagens, fotografias, texto, música).

Autorizo, ainda, a publicação em quaisquer meios e suportes existentes, inclusive no sítio do ELECS 2013, na Internet, em sites de compartilhamentos de vídeos em formato digital, e em CD-Rom, bem como a reprodução em outras publicações do evento, a comunicação ao público, a edição, a reedição ou a adaptação e a distribuição.

Por ser verdade, firmo o presente e dou fé.

[Local / data]

Nome [com assinatura]

ANEXO B- ORIENTAÇÕES PARA GERAÇÃO DO VÍDEO, TECNOLOGIA, IMAGENS, MÚSICAS E OUTRAS.



ENCONTRO LATINOAMERICANO
DE EDIFICAÇÕES E
COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



Curitiba (PR), 21 a 24 de Outubro de 2013. - www.elecs2013.ufpr.br

Curitiba, 12 de agosto de 2013

Prezado(s) Autor (es) do ELECS2012

Videopôster: Recomendações para a produção do vídeo

Toda inovação requer ajustes e é por isso que escrevemos hoje. Recebemos vários videopôsteres e a primeira análise nos conduz a propor ajustes que podem ser acatados, ou não, pelos autores.

Para edição dos vídeos temos diferentes possibilidades técnicas, desde o MS *Powerpoint* animado até o uso de uma ilha de edição sofisticada. Uma apresentação *Powerpoint* animada é o início e pode ser muito efetiva. Mas, em tal caso, deve ser uma apresentação ideal (bem diagramada, quase sem texto, com imagens claras, a fala do autor conversando com o espectador, e inserção de pequenos vídeos). Nossa sugestão é que procure observar alguns aspectos:

Evidências	Recomendações	
Abertura	Inicie com os créditos iniciais: título, autores, filiação e o evento; enviaremos a logomarca do ELECS para permitir padronização; não coloque som na tela de abertura.	
Imagem de abertura	Depois do título, apresente imagem (estática ou dinâmica), e não texto (com exceções às legendas explicativas usadas com parcimônia no cinema com ano, ou como "Era um vez...").	
Música	Utilize composições musicais de domínio público (publicadas há pelo menos 50 anos) e em que a interpretação musical não esteja protegida por direitos autorais. Consulte os sites de recursos de domínio público como, por exemplo: http://freemusicarchive.org e http://freestockmusic.com . Usuários de Mac podem usar as trilhas do <i>iLife</i> e do <i>GarageBand</i> gratuitamente, sem incidência de direitos autorais.	
Imagem	Não utilize imagens de menores ou pessoas da comunidade sem obter autorização de uso da imagem por escrito, por pessoa capaz.	
Rosto do autor	Em algum momento, em especial no início, apresente o locutor falando para a câmera. Enquadre-o de perto, evitando combinar autor, tela, mobiliário, logotipo etc. Você também pode utilizar a fotografia do autor com a fala ao fundo.	
Faixa inferior	Evite texto, em especial, na faixa de 20% inferiores da tela, pois iremos adicionar legendas em espanhol ou inglês. (Caso desejem já podem fazê-lo).	
Técnica de Vídeo	Linguagem acessível	Evite de jargão técnico e explique antes os conceitos essenciais, pois o objetivo do vídeo é se fazer compreender por qualquer pessoa (Aproximar a ciência da comunidade).
	Síntese:	Limite a extensão do texto; se o locutor é obrigado a correr e mal pode respirar, há texto demais.
	Interesse:	Evite exibir texto; é melhor que você ou alguém fale sobre uma imagem; menos ainda, leia o texto que aparece na tela.
	Duração mínima da tomada:	O espectador deve ter tempo suficiente para entender cada situação, imagem ou fala; portanto, não corte antes de 3 segundos.
	Dinâmica da Imagem	É conveniente que a cada três segundos (máximo de cinco segundos) haja uma mudança de imagem (mesmo que mude somente o enquadramento).
	Dinâmica do som	A narração deve ter o colorido da entonação. Não fale do início ao final do vídeo. É útil a alternância de fala e música, fala e silêncio ou da fala de diferentes locutores (em especial, feminino e masculino).
	Música	Se utilizar música, escolha música condizente; que introduza dinamismo, que sublinhe emoções que pretenda causar; mas lembre-se que ela não é a prioridade, portanto, evite expor a música de modo contínuo sobre um vídeo mudo; não hesite em cortar a música e alternar com voz.
	Gráficos/Imagens	Apresente gráficos simples e sem letras ou algarismos pequenos ou ilegíveis. Detalhes com tamanho mínimo.
	Hierarquia	Dê destaque ao que, de fato, interessa; cuide para que a imagem de fundo não distorça sua mensagem principal; evite fundo chamativo; imagem estática sobre fundo em movimento.

Secretaria do Evento: Universidade Federal do Paraná - Campus Jardim Botânico III
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Ciência e Gestão da Informação (DECI/IGI)
Av. Prefeito Lothário Meissner, 632 - 1º andar - Sala 125
Jardim das Américas - Curitiba - Paraná - Brasil
CEP: 80210-170 - Fone: +55 41 3360-4195 E-mail: elecs2013@gmail.com





ENCONTRO LATINOAMERICANO
DE EDIFICAÇÕES E
COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



Curitiba (PR), 21 a 24 de Outubro de 2013. - www.elecs2013.ufpr.br

Para ajudá-los na seleção de músicas e imagens com direitos autorais liberados, selecionamos alguns sites – pagos e livres – e blogs que disponibilizam arquivos e/ou oferecem dicas de como utilizá-los corretamente. Leiam atentamente a descrição e condições dos serviços e bom trabalho.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/br/>

http://dig.ccmixer.org/free_music

<http://opsound.org/music/>

<http://www.jamendo.com/en>

<http://www.musicadegraca.com.br/index.php/faq-licenca-creative-commons/>

<http://musica.culturamix.com/curiosidades/musicas-de-dominio-publico-livres-para-uso>

<http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/PesquisaObraForm.jsp>

<http://vitrinepopular.com.br/>

<http://portaldedicas.com.br/musicas-sem-direito-autoral/>

<http://freemusicarchive.org/>

<http://www.danosongs.com/>

Restam dúvidas? Escrevam, perguntem...

A Comissão Organizadora do ELECS2013

Secretaria do Evento: Universidade Federal do Paraná - Campus Jardim Botânico III
Setor de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Ciência e Gestão da Informação (DECIGI)
Av. Prefeito Luthário Meissner, 632 - 1º andar - Sala 125
Jardim das Américas - Curitiba - Paraná - Brasil
CEP: 80210-170 - Fone: +55 41 3360-4195 E-mail: elecs2013@gmail.com

REPENSAR
A CIDADE
EXISTENTE

APÊNDICE A- GERENCIAMENTO DOS VÍDEOS DENTRO DO YOUTUBE™.

Etapas para o gerenciamento de Vídeos no YouTube™.


1. PRIMEIRO PASSO CRIAR UMA CONTA GOOGLE

Digite o site: <https://accounts.google.com>


Preencha os dados do formulário e click em próxima etapa

Crie sua Conta do Google

Você só precisa de uma conta
Uma conta gratuita dá acesso a tudo o que o Google oferece.



Leve tudo com você
Troque de dispositivo e continue de onde parou.



Nome

Escolha seu nome de usuário

@gmail.com

[Prefiro usar meu endereço de e-mail atual](#)

Criar uma senha

Confirme sua senha

Data de nascimento

Sexo

Celular

Seu endereço de e-mail atual

Local

[Saiba mais](#) sobre o motivo de pedirmos essas informações.

[Próxima etapa](#)

Privacidade e Termos

Ao selecionar "Concordo" abaixo, você concorda com os [Termos de Serviço](#) do Google.

Você também concorda com nossa [Política de Privacidade](#), que descreve como processamos suas informações, incluindo estes pontos importantes:

Os dados que processamos quando você usa o Google

- Quando você usa os serviços do Google para ações como escrever uma mensagem no Gmail ou comentar em um vídeo do YouTube, nós armazenamos as informações que você cria.
- Quando você pesquisa um restaurante no Google Maps ou assiste a um vídeo no YouTube, por exemplo, nós processamos informações sobre essa atividade, incluindo informações como o vídeo que você assistiu, códigos de dispositivos, endereços IP, dados de cookies e o local.
- Também processamos os tipos de informação descritos acima quando você usa apps ou sites que usam serviços do Google como anúncios, o Google Analytics e o player de vídeo do YouTube.

Dependendo das configurações da sua conta, alguns desses dados podem estar associados à sua Conta do Google, e nós os tratamos como informações pessoais. É possível controlar como coletamos e usamos esses dados na página Minha conta (myaccount.google.com).

Por que os processamos

Nós processamos esses dados para as finalidades descritas na [nossa política](#), inclusive para:

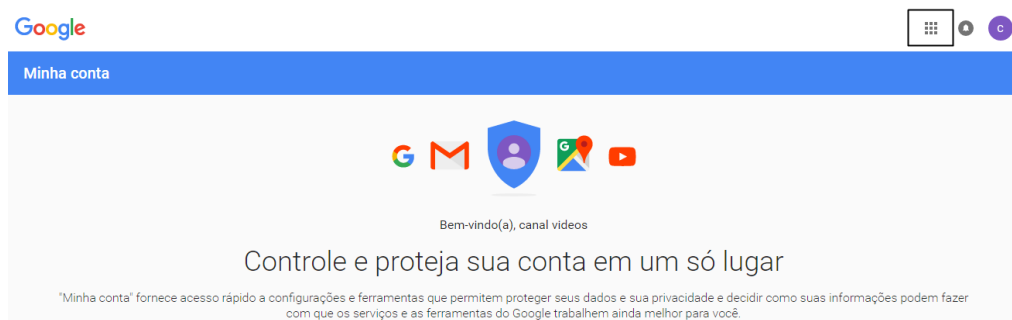
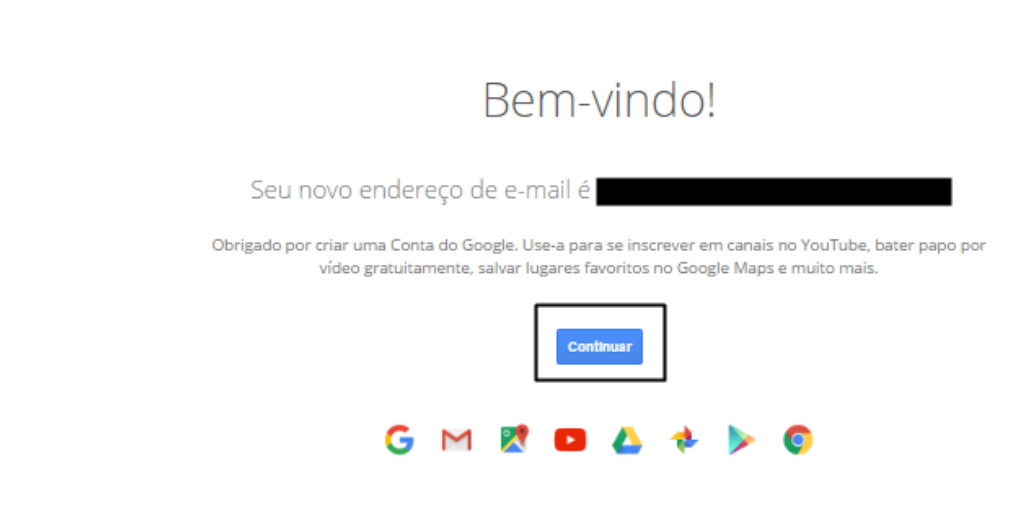
- *Ajudar nossos serviços a oferecer conteúdo mais útil e personalizado.*

CANCELAR

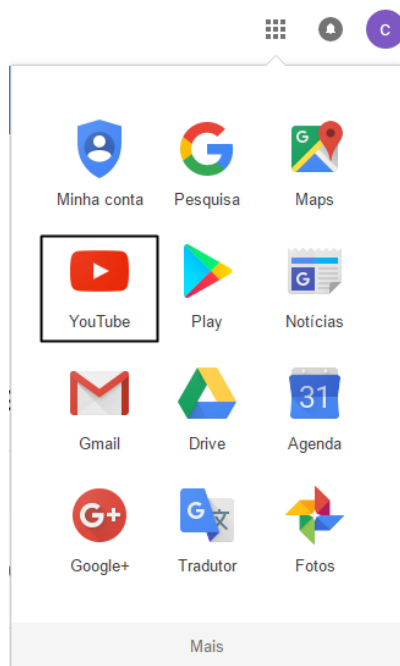
CONCORDO

Leia os termos e condições e click em concordo;

Click em continuar;

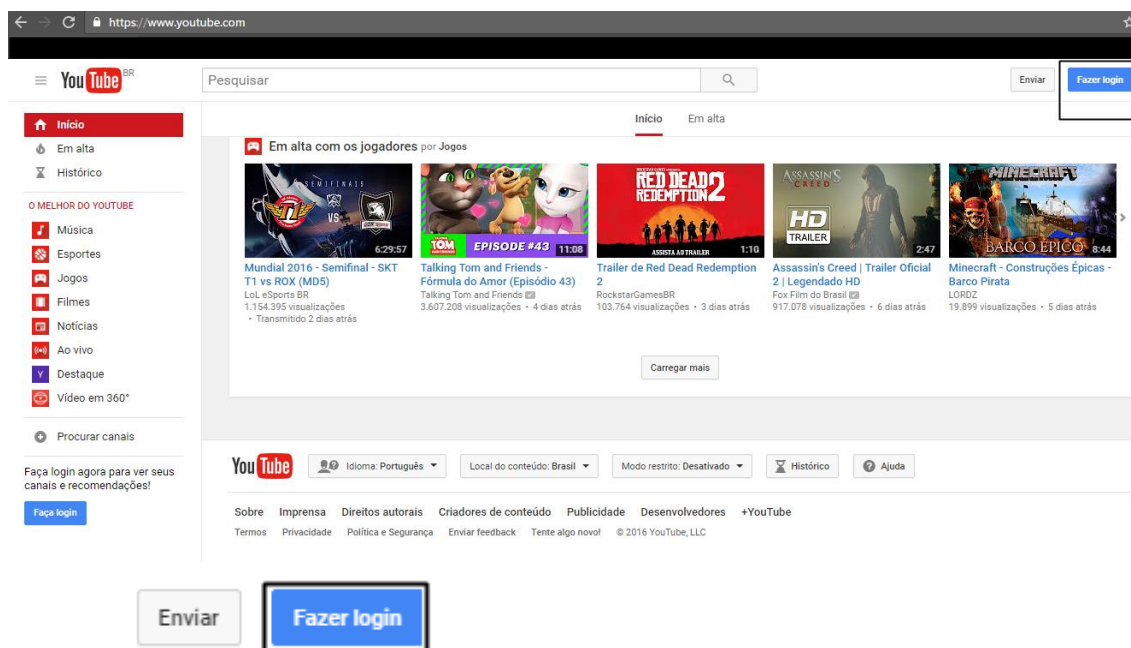


Click no botão opções e selecione a opção YouTube™;



2. SEGUNDO PASSO: CRIAÇÃO DE UM CANAL DE VÍDEO;

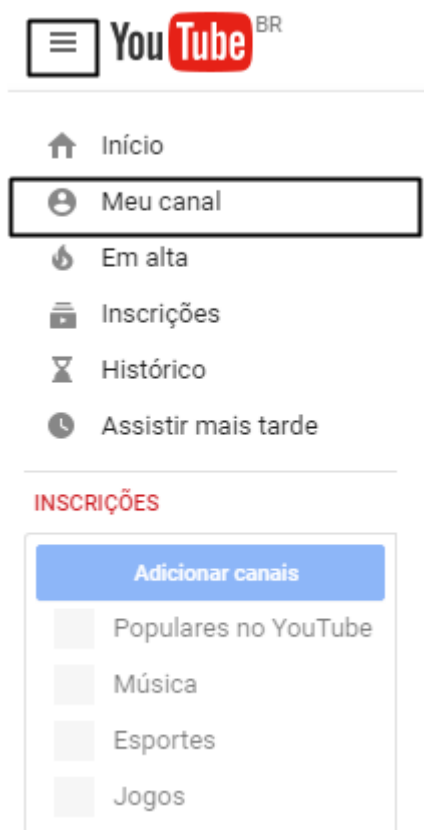
Depois de ter carregado o site do YouTube™ (<https://www.youtube.com>), click em fazer login, por ter clicado dentro das opções do google pode ser que já esteja logado, mas acaso não esteja veja com realizar login;



Digite seu login (e-mail) e senha conforme cadastrado no formulário Google;




Click na faixa de opções e click em depois em meu canal;



Agora Informe um nome para o seu canal de vídeo e click em CRIAR CANAL;

Usar o YouTube como...



Ao clicar em "Criar canal", você concorda com os [Termos de Serviço do YouTube](#).
[Saiba mais](#)

As alterações que você fizer aqui podem aparecer nos serviços do Google com o conteúdo que você criar e compartilhar e para as pessoas com as quais interagir.
[Saiba mais](#)

[Usar um nome de empresa ou outro nome](#)

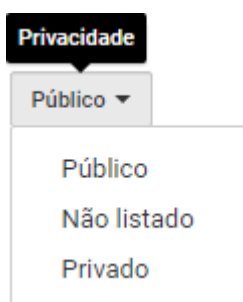
;

Seu canal de vídeo está pronto, vamos inserir vídeos Click no botão Enviar;



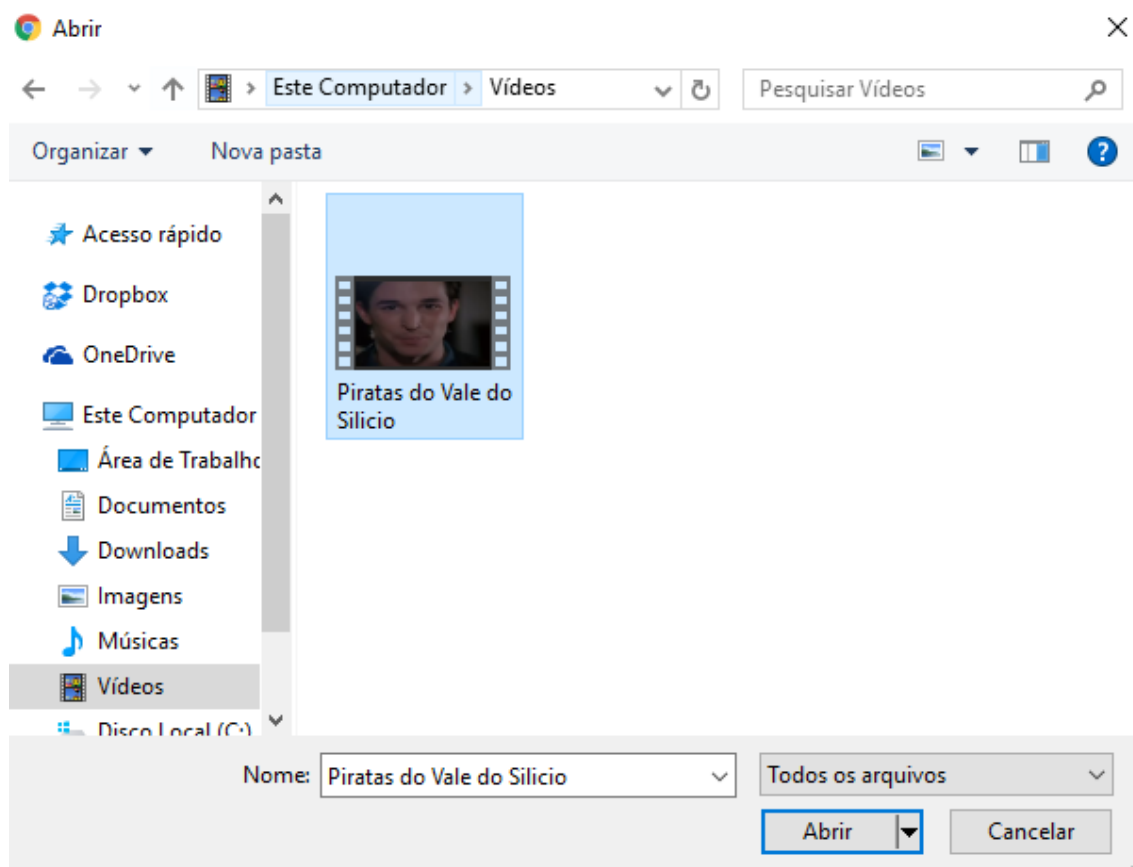
Selecione arquivos para enviar

Ou arraste e solte arquivos de vídeo



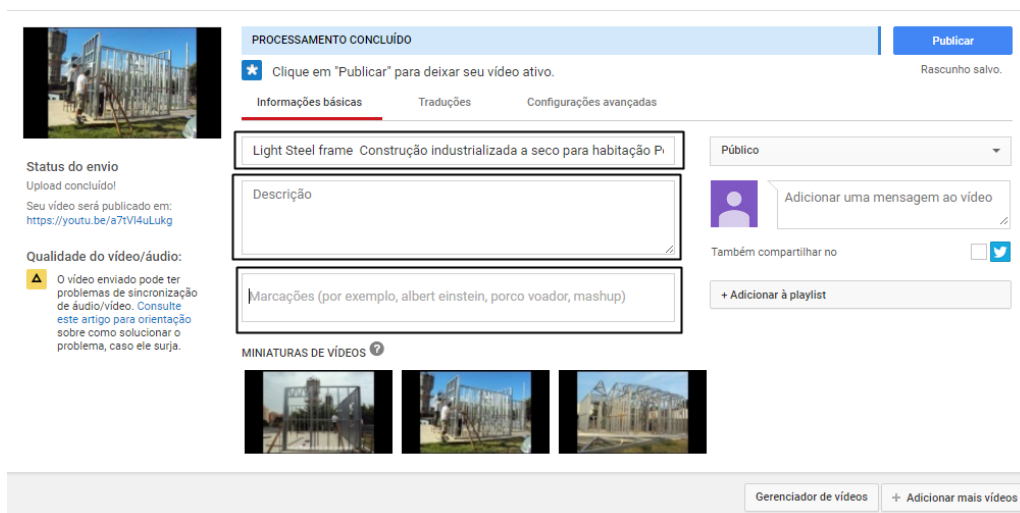
Click no botão *upload* e selecione em seu computador o vídeo que deseja colocar em seu canal de vídeos, lembrando que o YouTube só aceita vídeos com extensão .mp4;

Selecione o vídeo e click em abrir ;



3 TERCEIRO PASSO: PREENCHER AS GUIAS DE APRESENTAÇÃO DO VÍDEO;

Preencher os dados da guia Informações básicas: título, o YouTube™ só aceita no máximo 99 caracteres no título, Descrição deve conter os seguintes dados: O nome do primeiro autor do vídeo ou resumo exemplo: (MARIA DO CARMO DUARTE FREITAS), Nome do evento exemplo: (ELECS): Em que ano ocorreu (2013), Cidade em que ocorreu (Curitiba), Instituição que ocorreu o evento (Universidade Federal do Paraná- UFPR), Grupo ou programa que está vinculado o trabalho (Grupo de Pesquisa em Ciência Informação e Tecnologia- GPCIT) e Resumo do com link para o artigo do evento; E Tags ou Palavras chaves propostas pelo autor na criação do vídeo exemplo (SUSTENTABILIDADE, CONSTRUÇÃO SUSTENTAVEL, TETO VERDE, RETROFIT);



PROCESSAMENTO CONCLUÍDO Publicar

★ Clique em "Publicar" para deixar seu vídeo ativo. Rascunho salvo.

Informações básicas Traduções Configurações avançadas

Status do envio
Upload concluído!
Seu vídeo será publicado em:
<https://youtu.be/a7tVl4uLukg>

Qualidade do vídeo/áudio:
⚠ O vídeo enviado pode ter problemas de sincronização de áudio/vídeo. [Consulte este artigo para orientação](#) sobre como solucionar o problema, caso ele surja.

Light Steel frame Construção industrializada a seco para habitação P...


Descrição

Marcações (por exemplo, albert einstein, porco voador, mashup)

MINIATURAS DE VÍDEOS ?

Público

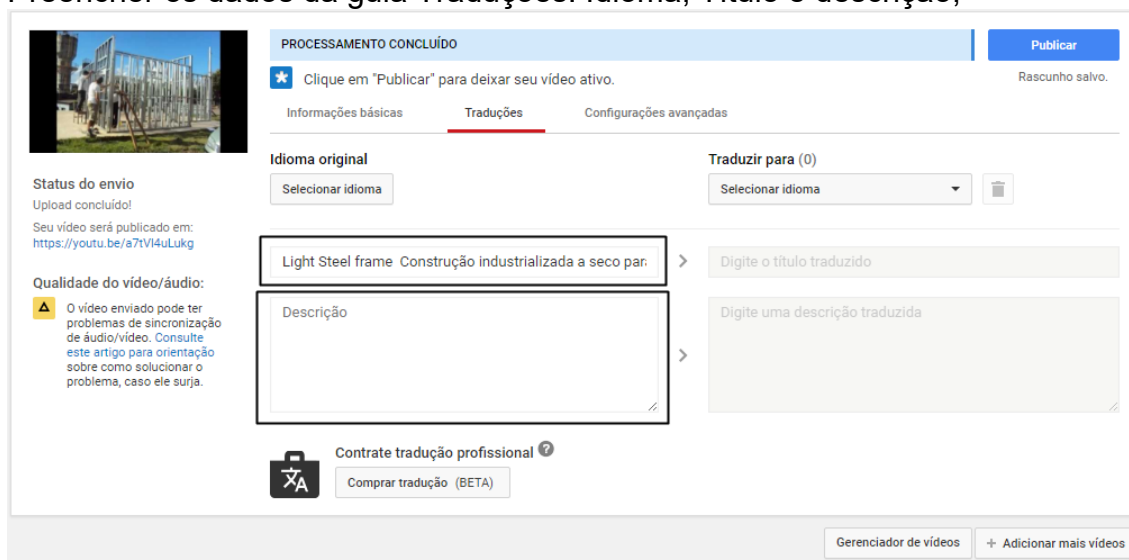
Adicionar uma mensagem ao vídeo

Também compartilhar no ☐ 

+ Adicionar à playlist

Gerenciador de vídeos + Adicionar mais vídeos

Preencher os dados da guia Traduções: Idioma, Título e descrição;




PROCESSAMENTO CONCLUÍDO Publicar

★ Clique em "Publicar" para deixar seu vídeo ativo. Rascunho salvo.


Informações básicas Traduções Configurações avançadas

Idioma original
Selecionar idioma

Traduzir para (0)
Selecionar idioma 

Light Steel frame Construção industrializada a seco par...

Descrição

Contrate tradução profissional ?
 Comprar tradução (BETA)

Digite o título traduzido

Digite uma descrição traduzida

Gerenciador de vídeos + Adicionar mais vídeos

Preencher os dados da guia Configurações avançadas: Permitir comentários, licença e propriedade de direitos, Certificação de legenda, Opções de distribuição, data da gravação e outras. Depois click em publicar;

PROCESSAMENTO CONCLUÍDO **Publicar**

★ Clique em "Publicar" para deixar seu vídeo ativo.

Informações básicas Traduções **Configurações avançadas**

Status do envio
Upload concluído!
Seu vídeo será publicado em:
<https://youtu.be/a7tVI4uLukg>

Qualidade do vídeo/áudio:
 O vídeo enviado pode ter problemas de sincronização de áudio/vídeo. Consulte este artigo para orientação sobre como solucionar o problema, caso ele surja.

Comentários

☒ Permitir comentários

Mostrar: Todos

Classificar por: Principais comentários

☒ Os usuários podem visualizar as classificações deste vídeo

Licença e propriedade de direitos [?]

Licença padrão do YouTube

Distribuição

☒ Em todo lugar
Disponibilize este vídeo em todas as plataformas

☐ Plataformas monetizadas
Disponibilize este vídeo apenas em plataformas de monetização [?]

Certificação de legenda [?]

Selecione um

Opções de distribuição

☒ Permitir incorporação [?]

☒ Notificar inscritos [?]

Restrições de idade

☐ Ativar restrição de idade [?]

Categoria

Pessoas e blogs

Local do vídeo

Pesquisável em vídeos públicos. [Saiba mais](#)

Pesquisar

Idioma do vídeo

Selecionar idioma

Contribuições comunitárias

☐ Permitir que os espectadores contribuam com títulos, descrições, legendas e CC traduzidos [?]

Data da gravação

Hoje

Estatísticas do vídeo

☒ Tornar as estatísticas de vídeo na página de exibição visíveis ao público [?]

Vídeo 3D

☐ Este vídeo é em 3D

Side by side: Left video on the left side

Declaração de conteúdo

☐ Este vídeo contém promoções remuneradas tais como indicação, patrocínio ou endosso de produtos mediante pagamento. [?]

Gerenciador de vídeos + Adicionar mais vídeos



Acaso queira compartilhar o seu vídeo em outras redes sociais copie link gerado pelo YouTube e cole na rede social;

Light Steel frame Construção industrializada a seco para ... Voltar para a edição

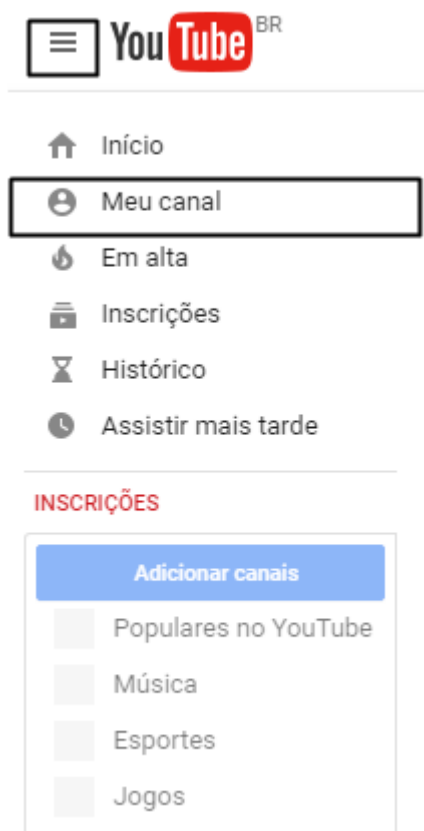
Compartilhar Incorporar E-mail

https://youtu.be/a7tVI4uLukg

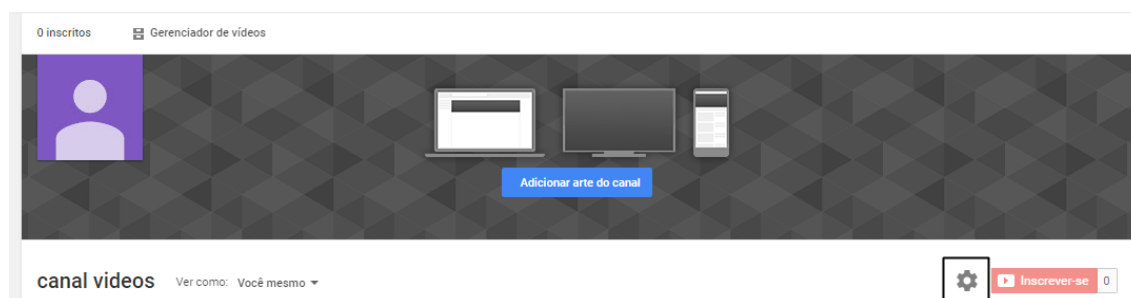
Gerenciador de vídeos + Adicionar mais vídeos

4. QUARTO PASSO: CONFIGURAÇÕES DO CANAL.

Click em opções e depois meu canal;



Agora click em configurações;



Habilite a opção personalizar o layout de seu canal, para que usuários realizem buscas dentro do seu próprio canal;

Configurações do canal

Privacidade

Manter como privados todos os vídeos de que gostei e as playlists salvas ☒

Manter todas as minhas inscrições privadas ☒

Acesse mais opções nas [Configurações da conta](#).

Personalizar o layout de seu canal

Recomendamos envios frequentes de vídeos. Adicione um trailer do canal, sugira conteúdo para seus inscritos e organize todos os seus vídeos e playlists em seções.

Acesse mais opções nas [Configurações avançadas](#).



Cancelar

Salvar



elecs 2013

Ver como: Você mesmo



Inscriver-se

60

Início

Vídeos

Playlists

Canais

Discussão

Sobre



elecs 2013

Ver como: Você mesmo



Inscriver-se

60

Início

Vídeos

Playlists

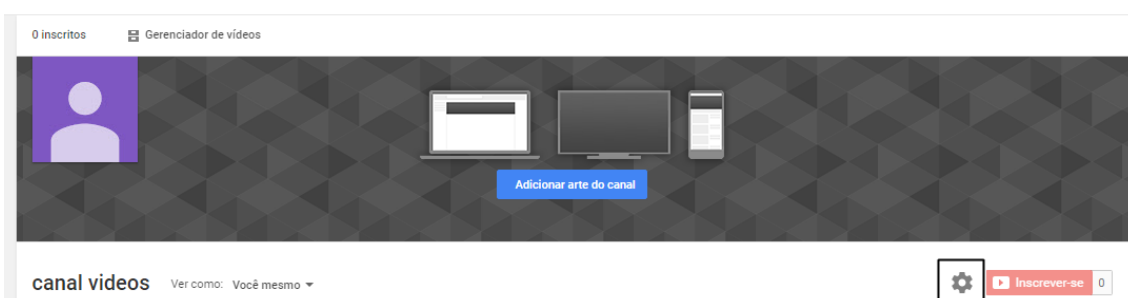
Canais

Discussão

Sobre

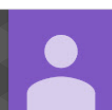
Pesquisar canal

Click novamente em configurações;



0 inscritos

Gerenciador de vídeos



Adicionar arte do canal

canal videos

Ver como: Você mesmo




Inscriver-se


0

Click em configurações avançadas;

Configurações do canal

Privacidade

Manter como privados todos os vídeos de que gostei e as playlists salvas 

Manter todas as minhas inscrições privadas 

Acesse mais opções nas [Configurações da conta](#).

Personalizar o layout de seu canal

Recomendamos envios frequentes de vídeos. Adicione um trailer do canal, sugira conteúdo para seus inscritos e organize todos os seus vídeos e playlists em seções.

Acesse mais opções nas [Configurações avançadas](#).

Mostrar guia de discussão

Permitir que os fãs comentem em seu canal

Traduzir informações

Alcance públicos em países estrangeiros com a [tradução das informações do canal](#).

Preencha os dados e click em salvar;

Avançadas

Informações sobre contas

alterar

canal vídeos

alterar

País

Brasil

Palavras-chave do canal

Clique em "Salvar" para efetuar as alterações.

Anúncios

☒ Permitir que anúncios sejam exibidos próximos a meus vídeos

Não se aplica a vídeos monetizados nem aos que foram reivindicados por terceiros.

☐ Desativar anúncios com base em interesses

Se você selecionar esta opção, anúncios personalizados não serão exibidos nos vídeos de seu canal, como anúncios com base nos interesses do espectador ou nos anúncios de remarketing. Isso pode reduzir a receita de seu canal de maneira significativa. Além disso, os relatórios de ação e as listas de remarketing não funcionarão mais para seu canal.

Vinculação de contas do Google AdWords

Ao vincular seu canal do YouTube a uma conta do Google AdWords para vídeos, você promove seu vídeo e tem acesso a relatórios.

Vincular uma conta do Google AdWords

Recomendações do canal

☒ Permitir que meu canal apareça nas recomendações de outros canais

☐ Não permitir que meu canal apareça nas recomendações de outros canais

Contagens de inscritos

☒ Exibir o número de usuários inscritos em meu canal

☐ Não exibir o número de usuários inscritos em meu canal

ID de rastreamento de propriedade do Google Analytics

Salvar


Para gerenciar vídeos click no botão GERENCIADOR DE VÍDEOS;

- ESTÚDIO DE CRIAÇÃO
-  PAINEL
-  GERENCIADOR DE VÍDEOS
-  TRANSMISSÃO AO VIVO
-  COMUNIDADE
-  CANAL
 - Status e recursos
 - Padrões de envio
 - Conteúdo em destaque
 - Branding

Para realizar ajustes nos dados preenchidos click em editar;

Vídeos **1** Pesquisar vídeos

☐ Ações Exibir: Mais recente

<input type="checkbox"/>	 <p>Light Steel frame Construção industrializada a seco para habitação Popular Páticas sustentáveis HD</p> <p>24 de out de 2016 9:54</p> <p><input type="button" value="Editar"/> <input type="button" value="Mais opções"/></p>	<p> 0</p> <p>0 visualizações 0 0</p> <p>Inclui conteúdo protegido por direitos autorais</p>
--------------------------	--	---

Click na faixa de opções depois selecione a opção Meu canal;

You Tube ^{BR}

- Início
- ☐ **Meu canal**
- Em alta
- Inscrições
- Histórico
- Assistir mais tarde

INSCRIÇÕES

- ☐ Populares no YouTube
- ☐ Música
- ☐ Esportes
- ☐ Jogos

Para criar seções em seu canal click em adicionar uma seção.

